Government of Canada / Gouvernement du Canada

Farm Products Council of Canada

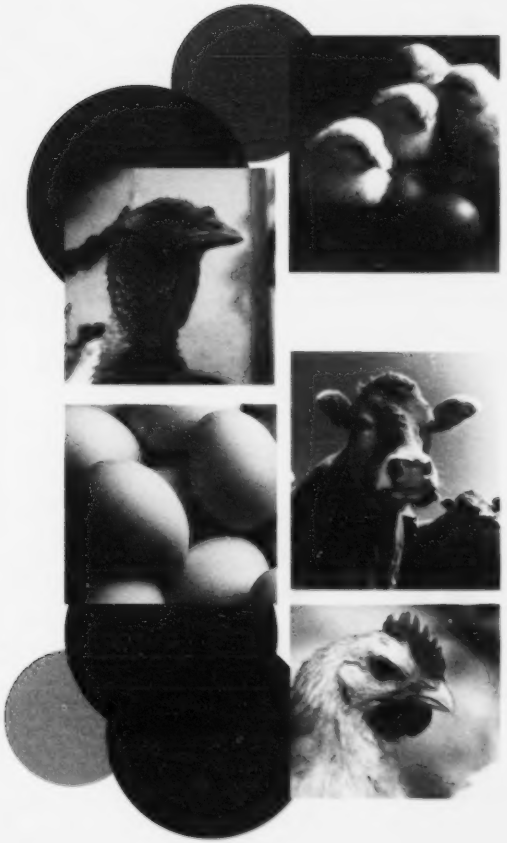
annual review

Canada

Canada Building
344 Slater Street, 10th Floor
Ottawa, Ontario K1R 7Y3
Phone: 613-995-6752
Fax: 613-995-2097
Teletypewriter/TDD: 613-943-3707
Web site: www.fpcc-cpac.gc.ca
E-mail: fpcc-cpac@agr.gc.ca

© Minister of Public Works and Government Services Canada, 2011
Cat. No. A99-2/2011
ISSN: 1926-2183

Table of Content
2011 Annual Review

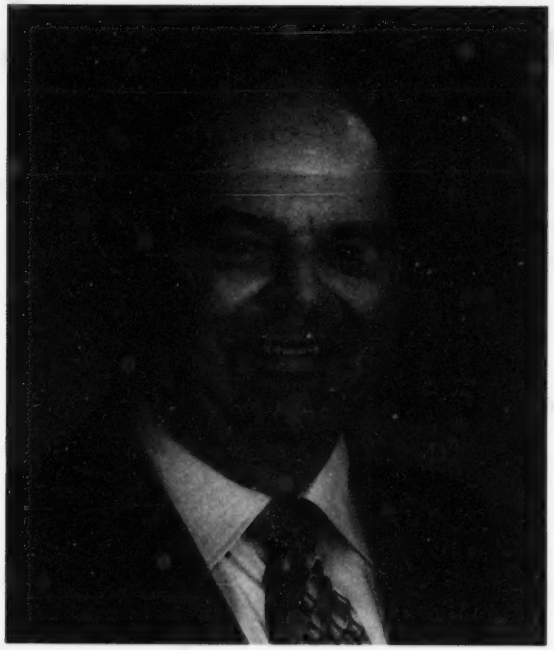


A Message from the Chairman 2
The Council 4
Legislative Framework 5
Members and Staff 6
Council Business in Review 8
- Meetings and conferences 8
- FPCC Strategic Planning 8
- Complaints 9
- National Association of Agri-Food Supervisory Agencies 9
- *Agricultural Products Marketing Act* 10
- Corporate Affairs 10
- PRA initiative and outreach 11
- Communications 12

State of the Industry – Agencies in Review 13
- Egg industry 13
- Broiler hatching egg industry 16
- Chicken industry 18
- Turkey industry 20
- Beef industry 22

Mission, Mandate and Values 24
Industry and Stakeholder Contacts 25
Provincial Supervisory Board Contacts 25

A Message from the Chairman



My second year as Chairman of the Farm Products Council of Canada (FPCC) was exciting and I believe we made significant progress in key priority areas set out for 2011.

The FPCC continued its leadership role with the national agencies and other stakeholders in support of the administration of the supply management system by improving the FPCC governance and decision making process. In collaboration with national agencies, the Council developed new tools and refined its guidelines to improve the system's effectiveness and transparency. All our decisions must be justified and able to stand up to public and judicial scrutiny, as this will remain a key priority for the coming years.

I devoted substantial efforts to increasing strong and positive communications in order to fully support all national agencies and stakeholders in dealing with issues and challenges. The FPCC has strengthened its relationships with stakeholders, fostered opportunities to exchange information and improved collaboration. I recognize the importance of good communication among all stakeholders and I will continue to work towards enhancing our relationships. I am also committed to improving information sharing in order to ensure better reporting and transparency of the system.

Over the past year, we have kept our focus on encouraging the creation of Promotion-Research Agencies. We used every opportunity to provide information and guidance to commodity groups interested in exploring the concept of a Promotion-Research Agency and reinforced the idea with the supply management agencies to consider this initiative. This part of the Act constitutes an important tool and contributes to making industry groups more competitive and responsive to consumer needs. The FPCC will keep its focus and increase communication activities and outreach initiatives aimed at the creation of Promotion-Research Agencies.

We have made a good start this year to fostering mutual understanding of our respective roles and responsibilities but much more remains to be done. Striving to continuously improve communications and relationships requires commitment to working constructively together in a manner that is reflective of the spirit in which the supply management and

The Council

The Farm Products Council of Canada (FPCC) was established in 1972 under the *Farm Products Marketing Agencies Act*. This legislation provides for the establishment of national marketing agencies and was amended in 1993 primarily to add Part III, which enables producers to establish agencies for promotion and research. In 2002, the Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency (Beef Agency) was the first such agency to be established.

The FPCC works with and supervises the operations of four national supply management agencies: the Egg Farmers of Canada (EFC), the Turkey Farmers of Canada (TFC), the Chicken Farmers of Canada (CFC) and the Canadian Hatching Egg Producers (CHEP). These agencies manage the supply of Canadian chickens, turkeys, eggs and broiler hatching eggs, implement and administer marketing plans and allocate production quotas to ensure adequate supply. These agencies are funded through levies collected on products sold.

The Council also works with and supervises the operations of the Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency (Beef Agency). This agency promotes beef marketing through advertising, promotion and consumer education programs, as well as through product development and nutrition research. Revenues for these activities are generated through levies.

The FPCC oversees these agencies' operations in accordance with the objectives set out in the Act to ensure that they work in the balanced interests of producers, processors and consumers. This is done through the approval of quota regulations, levies orders and licensing regulations and a review of each agency's annual business plan, budget and policies.

As part of its mandate, the FPCC fulfills a wide array of different roles, not only with agencies but also with other governmental bodies involved in the supply management and promotion-research systems. More specifically, the Council collaborates and maintains relationships with Provincial Governments and Provincial Supervisory Boards.

promotion-research systems were created. I intend to pursue this goal and put even more emphasis on this priority, as mutual respect and the understanding of our respective roles form the basis of a sound management system.

Working together as partners is crucial to ensuring that the systems work in the best interests of all, from producers to consumers. 2012 will mark the 40th anniversary of the creation of the *Farm Products Agencies Act* (FPAA or the Act). It was adopted by Parliament on December 31, 1971 and proclaimed on January 12, 1972.

This Act is the backbone of our business and largely defines the mandate of the Council and of national agencies. We must continue to work together to make sure that supply management and promotion-research systems have the flexibility needed to respond to current and future challenges. The members and I will continue to work with our partners to foster a coordinated and cohesive approach, and to ensure the success of these systems!

Whereas this anniversary coincides with the implementation of the new FPCC strategic plan for the next three years, the Council will reflect on the fundamentals on which the supply management system was instituted. While much has changed over the past four decades, the objectives of the supply management and promotion-research systems remain as relevant today as they were at the time of their creation. This anniversary constitutes a great opportunity to looks for ways to improve the system, strengthen stakeholder's partnership and ensure the prosperity of the sectors.

The FPCC 2012-2015 Strategic Plan was developed using the 40th Anniversary spirit and the intent behind the creation of supply management to set the priorities for the next three years. As mentioned previously, I will continue to use all available opportunities to convey to national agencies and other stakeholders that the best way to strengthen the supply management system is to ensure that it is effective, flexible, accountable and transparent, thereby making it less subject to criticism.

Throughout the year, we will be celebrating the FPAA as legislation that contributed to the success of many sectors in the Canadian agri-food industry. FPCC staff and Council members are committed to working with our partners within both industry and government and expect that such collaboration will be reciprocated by all stakeholders, as I firmly believe that it constitutes the key to ensuring the success of the industry for the next 40 years.

Sincerely,

Laurent Pellerin
Chairman

In addition, the FPCC has the mandate to investigate and take action into complaints, and conduct public hearings. The Council is also responsible for advising the Minister on all matters related to the creation or operations of agencies.

Looking out for consumers

The Council works with all national agencies to ensure that consumers have access to a stable and reasonably priced supply of chickens, turkeys and eggs and to an industry that is responsible and develops adequate responsive solutions to market issues and challenges.

Fulfilling its mandate via partnerships

The FPCC works with all provincial governments and stakeholders in fostering better working relationships to assist industry partners in resolving issues of mutual concern. The Council also works collaboratively with the provincial supervisory bodies that have a vested interest in the sustainability of the supply management system.

Legislative Framework

Under Canada's Constitution, agriculture is divided into two jurisdictions: the federal jurisdiction, encompassing interprovincial, imports and export trade; and the provincial jurisdiction, covering intraprovincial trade. The federal-provincial-territorial legal structure is represented in the accompanying chart on page 6.

Council members

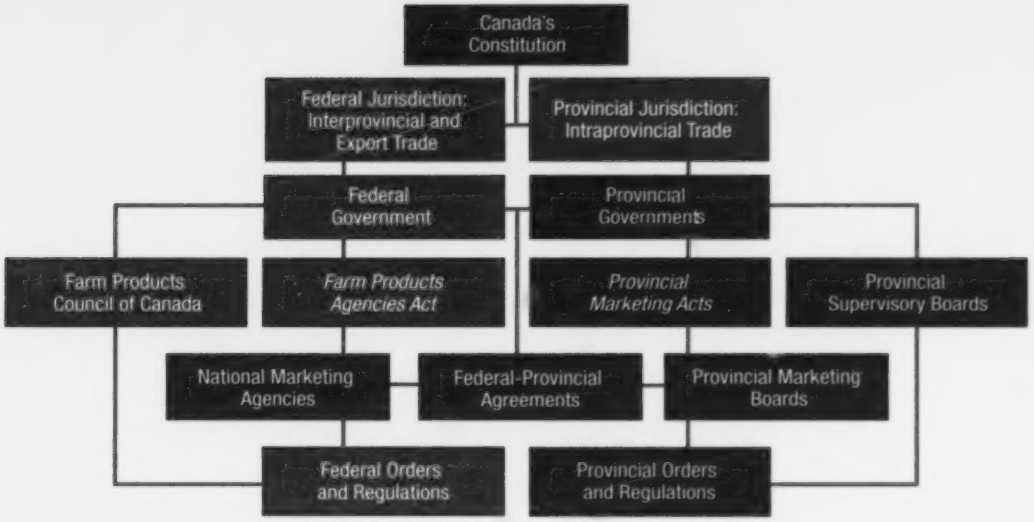
Council members are appointed by the Governor in Council and must have a background in some aspects of the Canadian agri-food industry. At least half of the Council's members must be primary producers at the time of their appointment.

Council membership underwent a few changes with the departure of Council member Lise Bergeron of Montreal, Quebec, who finished her three-year mandate with the FPCC in February 2011. Mrs. Bergeron made an excellent contribution and the industry gained from her expertise and dedication. Also in 2011, we welcomed the arrival of Tim O'Connor of Oshawa, Ontario. Mr. O'Connor has a successful career in agriculture as a broiler chicken farmer and in real estate, while also serving in various associations, including the Ontario County Holstein Club and the Durham West 4-H Association. Mr. O'Connor has been appointed for a four-year term. As well, in March 2011, Minister Gerry Ritz announced the reappointments of Brent Montgomery as Vice-Chair for four years and Phil Klassen as Council member for two years.

FPCC staff

In May 2011, Nathalie Vanasse joined the FPCC in her capacity as Senior Advisor helping with the development of Promotion-Research Agencies and improving the FPCC's communications capacity and outreach. Her career includes working at Agriculture and Agri-Food Canada, Public Works and Government Services and Environment Canada. In addition, Mike Iwaskow joined the FPCC on a permanent basis in 2011 in the Statistical Support Officer position through a secondment from Statistics Canada. He continues to work on the FPCC's statistical publications, such as the Poultry and Egg Industry Data handbook, as well as supporting the Policy and Program Operations team with their statistical requirements.

The year 2011 saw the sudden passing of Carola McWade, the FPCC's Council Secretary and Registrar and over the past few years Special Advisor to the Chairman and Executive Director. Carola began her longstanding career working with the National Farm Products Marketing Council in 1976. Carola, as well as her immense knowledge and expertise acquired over her 35 years of service as a public servant, are greatly missed by Council members and FPCC staff.



The following individuals were the members as of December 2011:

Laurent Pellerin, Chair (2010–2014)

Laurent Pellerin has been a hog and cereal producer in Bécancour, Quebec, since 1972. Possessing a bachelor's degree in group management, he has been the president of the Fédération des producteurs de porcs du Québec (1985–1993), the Union des producteurs agricoles (1993–2007), the Canadian Federation of Agriculture (2008–2010) and, most recently, AgriCord, a network of agricultural associations focusing on international development. In 2005, he was awarded the Ordre national du Québec in recognition of his contributions to agriculture.

Brent Montgomery, Vice-Chair (2007–2015)

Brent Montgomery owns a turkey farm in St-Gabriel-de-Valcartier, Quebec, in partnership with his brother. Brent has occupied numerous positions in the agricultural field, including chair of the Canadian Turkey Marketing Agency from 2003 to 2007. He is co-owner of a turkey hatchery in Loretteville, Quebec. A former teacher and school principal, Brent has also been the mayor of the Municipality of St-Gabriel-de-Valcartier since 1988.

Ed de Jong, Member (2010–2013)

Ed de Jong owns a broiler breeder and dairy cow operation in Abbotsford, British Columbia. Ed has held numerous agriculture-related positions, including delegate to the BC Federation of Agriculture, director of the Canadian Broiler Hatching Egg Producers Association and chair of the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency.

John Griffin, Member (2008–2012)

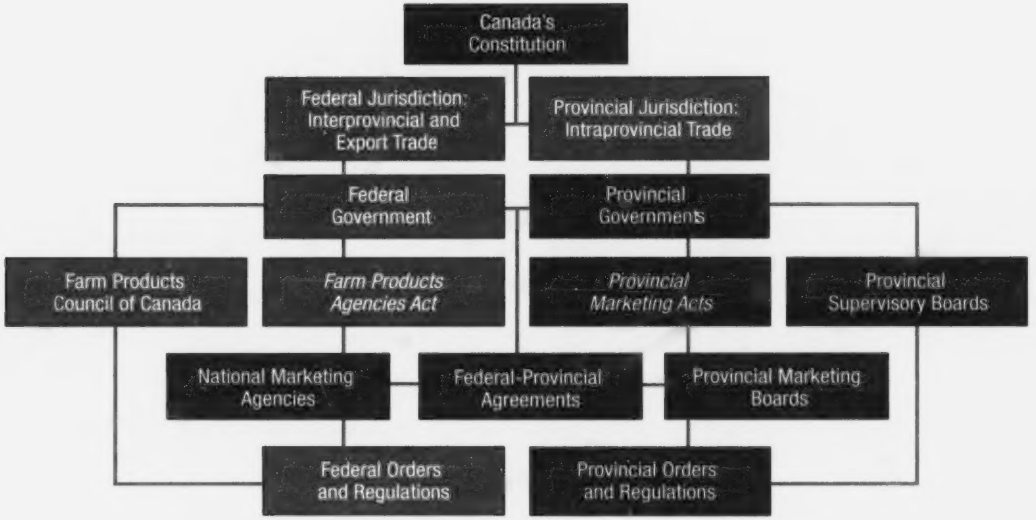
John Griffin has been president of W. P. Griffin Inc., a family-owned and operated farming business in Elmsdale, Prince Edward Island, since 2000. The enterprise is organized into two divisions: the farming operation, which grows potatoes, grain and hay; and the potato packaging operation, which specializes in food service, consumer packs and ready-to-serve barbecue- and microwave-ready potatoes. He is also on the board of the World Potato Congress.

Phil Klassen, Member (2009–2013)

Phil Klassen operates a cow-calf and grain and hay farm near Herbert, Saskatchewan. He has operated the farm in partnership with his two brothers since 1976. Elected as a director of the Dairy Farmers of Saskatchewan for the past seven years, Phil has served on many of the organization's committees and has been its vice-president. Phil is active in his community, and he and his wife have raised six daughters and one son with a strong appreciation for farming.

Jim Châtenay, Member (2010–2012)

Jim Châtenay is a retired rancher living in Red Deer, Alberta. He began working on the family farm west of Penhold, Alberta, in 1964. Jim is considered a



The following individuals were the members as of December 2011:

Laurent Pellerin, Chair (2010–2014)

Laurent Pellerin has been a hog and cereal producer in Bécancour, Quebec, since 1972. Possessing a bachelor's degree in group management, he has been the president of the Fédération des producteurs de porcs du Québec (1985–1993), the Union des producteurs agricoles (1993–2007), the Canadian Federation of Agriculture (2008–2010) and, most recently, AgriCord, a network of agricultural associations focusing on international development. In 2005, he was awarded the Ordre national du Québec in recognition of his contributions to agriculture.

Brent Montgomery, Vice-Chair (2007–2015)

Brent Montgomery owns a turkey farm in St-Gabriel-de-Valcartier, Quebec, in partnership with his brother. Brent has occupied numerous positions in the agricultural field, including chair of the Canadian Turkey Marketing Agency from 2003 to 2007. He is co-owner of a turkey hatchery in Loretteville, Quebec. A former teacher and school principal, Brent has also been the mayor of the Municipality of St-Gabriel-de-Valcartier since 1988.

Ed de Jong, Member (2010–2013)

Ed de Jong owns a broiler breeder and dairy cow operation in Abbotsford, British Columbia. Ed has held numerous agriculture-related positions, including delegate to the BC Federation of Agriculture, director of the Canadian Broiler Hatching Egg Producers Association and chair of the Canadian Broiler Hatching Egg Marketing Agency.

John Griffin, Member (2008–2012)

John Griffin has been president of W. P. Griffin Inc., a family-owned and operated farming business in Elmsdale, Prince Edward Island, since 2000. The enterprise is organized into two divisions: the farming operation, which grows potatoes, grain and hay; and the potato packaging operation, which specializes in food service, consumer packs and ready-to-serve barbecue- and microwave-ready potatoes. He is also on the board of the World Potato Congress.

Phil Klassen, Member (2009–2013)

Phil Klassen operates a cow-calf and grain and hay farm near Herbert, Saskatchewan. He has operated the farm in partnership with his two brothers since 1976. Elected as a director of the Dairy Farmers of Saskatchewan for the past seven years, Phil has served on many of the organization's committees and has been its vice-president. Phil is active in his community, and he and his wife have raised six daughters and one son with a strong appreciation for farming.

Jim Châtenay, Member (2010–2012)

Jim Châtenay is a retired rancher living in Red Deer, Alberta. He began working on the family farm west of Penhold, Alberta, in 1964. Jim is considered a

Canadian pioneer in the purebred Charolais industry and held a directorship in the Alberta Charolais Association for six years. In addition, Jim has significant experience with the Canadian Wheat Board, having served there as an elected director for 10 years. He was also a member of the Barley Advisory Committee of the Western Grains Research Foundation. Jim graduated from Olds College in Olds, Alberta, with a diploma in agriculture.

Tim O'Connor, Member (2011–2015)

Tim O'Connor obtained an Associate Diploma in Agriculture from the University of Guelph in 1982. Mr. O'Connor has a balanced successful career in agriculture as a broiler chicken farmer and in real estate, while also serving in various associations, including the Ontario County Holstein Club and the Durham West 4-H Association. His family is very agri-food-oriented with his wife Laurel a food product development consultant, his son carrying on the family agriculture tradition, his son-in-law operating a cash crop farm and his daughter a teacher.

The following employees were at the FPCC as of December 2011.

Executive Office

Laurent Pellerin, Chairman
Claude Janelle, Executive Director
Nathalie Vanasse, Senior Advisor
Chantal Lafontaine, Communication Officer
Lisette Wathier, Executive Assistant

Policy and Program Operations

Christine Kwasse, Director
Reg Milne, Senior Advisor, Chicken, Broiler Hatching Eggs and Beef
William Edwardson, Senior Advisor, Eggs
Nancy Fournier, Commodity Advisor, Turkey
Hélène Devost, Manager, Policy Analysis
Marcel Huot, Senior Statistical Analyst
Mike Iwaskow, Statistical Officer

Corporate and Regulatory Affairs

Marc Chamaillard, Director
Pierre Bigras, Manager, Regulatory Affairs
Mélanie Amyotte, A/Regulatory Affairs Officer
Lise Leduc, Corporate Team Leader
Lise Turcotte, Administrative Officer
Karen Percy, Regulatory Affairs Officer (Currently on Maternity Leave)

Council Business in Review

Meetings and conferences

In 2011, the Council held seven face-to-face meetings and one meeting by teleconference. All meetings were held in Ottawa with the exception of one conducted in St. John's, Newfoundland, in conjunction with the June conference of the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC). During the June meeting, the members took the opportunity to meet with the Newfoundland Farm Industry Review Board and partake in an agriculture and agrifood tour organized with the supervisory board to better understand the nature and characteristics of the industry in the Newfoundland province.

Throughout the year, Council members and staff regularly attended national agency meetings and presented updates on FPCC and Council business. As well, the FPCC Chairman took part in the annual general meetings of the provincial commodity boards and conducted business meetings with provincial supervisory boards to discuss issues and challenges. In addition, during the year, Mr. Pellerin attended the processors and the further processors meetings and gave a presentation to the five supply management organizations in Ontario. Mr. Pellerin also attended La Conférence de Montréal, the SIAL conference in Toronto and the Canadian Federation of Agriculture's annual meeting.

As part of the FPCC's strategic objective to increase knowledge of the Promotion-Research Agency (PRA), meetings, visits and presentations were organized during the year to seek out and inform agricultural organizations on the benefits of creating a PRA. Also, national marketing agencies were encouraged to investigate the possibility of creating a PRA.

Meetings were held with the Pullet Growers of Canada regarding their possible application for the creation of a supply management agency.

FPCC Strategic Plan

In the spring of 2011, Council members began laying the groundwork for establishing its strategic priorities and directions for the next three years. They discussed directions with regard to the development of the FPCC's new 2012-2015 Strategic Plan. The process developed included an evaluation of the current plan, the FPCC's performance in delivering its 2009-2012 strategic objectives, as well as a review of the current and future challenges facing the industry.

In preparation for this exercise, consultations and face-to-face meetings were organized during the summer and fall with all stakeholders. Council members met with provincial commodity board representatives as did the Chairman with national agencies, associations and provincial supervisory boards. All comments, concerns and suggestions were collected and analyzed and discussed by Council members during their November retreat and December meeting. From the discussions, a first draft was developed and shared with national agencies for additional input and suggestions.

Once finalized, this document will represent the FPCC's objectives for 2012-2015 and form the basis of Council's business planning, operations, evaluations and reporting activities. It will provide an overview of the environment in which the FPCC, as well as the supply management and promotion-research systems, operate. It will also establish the FPCC's priorities and the results which it expects to achieve over the next three years.

Complaints

In August, the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC) tabled an official complaint against the Egg Farmers of Canada regarding the Agency's pricing policy and conditions for supply of surplus eggs which are not needed by the table market.

The new Interim Complaint Guideline was put to the test and an alternative dispute resolution mechanism was applied. Accordingly, the Chairman, using the mediation approach, met with both parties and held informal discussion sessions with the objective of helping them find common grounds and resolve the issues. The process will continue in 2012.

National Association of Agri-Food Supervisory Agencies

The FPCC is a member of the National Association of Agri-Food Supervisory Agencies (NAASA), a federal-provincial-territorial committee that shares ideas and information on issues of common concern.

NAASA consists of the FPCC, the Canadian Dairy Commission and the provincial and territorial government supervisory agencies. The provincial and territorial agencies supervise the affairs of their respective commodity boards. In March 2011, the FPCC assumed the secretariat for NAASA, providing administrative support to the organization. In addition, NAASA welcomed the arrival of new Chair Ron Kilmury of BC and Vice-chair Liz Crouse of NS.

In 2011, NAASA had two teleconference calls and two face-to-face meetings, one held in Ottawa and the other in Prince Edward Island. At these meetings, NAASA members tabled reports on decisions and ongoing business and also continued to discuss NAASA's governance principles and business plan. Furthermore, the FPCC gave detailed presentations on a number of subjects such as a Primer on the Economics of Supply Management and Food Supply Chains, as well as providing updates on the FPCC's Strategic Plan and the APMA Review.

Agricultural Products Marketing Act

The Agricultural Products Marketing Act (APMA) was enacted in 1949 and provides for orders to be made by the Governor-in-Council (GIC) for the delegation of authority to provincial boards and agencies to regulate the marketing of agricultural products in interprovincial and export trade markets, just as they regulate marketing in intraprovincial trade, and for the delegation of authority to impose and collect levies. In doing so, it facilitates interprovincial and export trade and helps provincial boards in the coordination of activities for all producers located in their respective province. The FPCC is responsible for the day-to-day administration of the APMA and for providing assistance to provincial commodity boards regarding the federal regulatory process.

In 2011, the FPCC continued to actively consult with provincial commodity boards, which hold APMA delegation orders, and with provincial supervisory board counterparts, in an effort to pursue the APMA administrative review efforts. This resulted in seven new APMA delegation order requests in the regulatory process for approval.

In order to facilitate the process for provincial commodity boards, a standard bilingual delegation order tool has been developed and will be used for the drafting of all new delegation orders and order amendments.

With the ongoing support of both provincial commodities and supervisory boards, the APMA Administrative Review of existing delegation orders is expected to make progress in the months to come.

Corporate Affairs

In line with the Government's efforts for streamlined, transparent and effective business operations across its institutions, the FPCC continued to ensure that it remained abreast of related activities and initiatives in support of efficient and responsible government operations.

Over the last review period, the FPCC actively contributed to strong management and comptrollership practices by reporting in a timely manner under such business requirements as the Management Accountability Framework (MAF) and the Departmental Staffing Accountability Report (DSAR). It has also worked proactively with various corporate partners on the overall GOC budget restraint measures activities and has collaborated with the Government of Canada Red Tape Reduction Commission initiative. Furthermore, it collaborated with Treasury Board on the development of the FPCC's new Values and Ethics Code and provided input to the Government of Canada code.

The FPCC continued to work in close collaboration with national agencies, Justice Canada, the Privy Council Office and Treasury Board on regulatory

matters pertaining to the *Farm Products Agencies Act* (FPAA) and the *Agricultural Products Marketing Act* (APMA).

The FPCC remained an active proponent of portfolio management within Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) by maintaining close business relationships with internal partners on various corporate and regulatory initiatives

PRA initiative and outreach

Throughout the year, the FPCC spent a significant amount of time promoting Part III of the *Farm Products Agencies Act* (FPAA) which enables the Canadian agri-food sectors to establish a national Promotion and Research Agency (PRA).

Promotion-Research Agencies can be beneficial to agri-food producers and help increase the competitiveness of their industry. Since 1993, only one PRA, in the beef sector, has been established. Therefore, the Council has developed a plan which includes several initiatives to increase the awareness of the PRA component of the FPAA.

In support of commodity groups interested in exploring the PRA concept, the Council provided information to the following: the United Potato Growers of Canada, the Raspberry Farmers of Québec and the Ornamental Working Group, to name only a few. The FPCC also provided guidance

and support to groups currently exploring the idea, such as: the Western Grains Research Foundation, the BC Highbush Blueberry Association and BC Raspberry Council, the Canadian Pork Council, Alberta Sugarbeet Growers and the Canadian Horticultural Council. The FPCC organized presentations to producer associations and provincial supervisory boards as well as commodity groups that could potentially benefit from the establishment of a PRA.

In addition, the Council worked with Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) to support commodity groups in the exploration and the establishment of a PRA. We also gathered information on the US and other countries with similar programs and shared findings with industry groups. The FPCC also encouraged Agencies under Part II to explore the concept.

Research and promotion activities are key to improving the competitiveness and market sales of the agri-food sector. The Council is determined to continue the promotion of the PRA concept across Canada in the coming year.

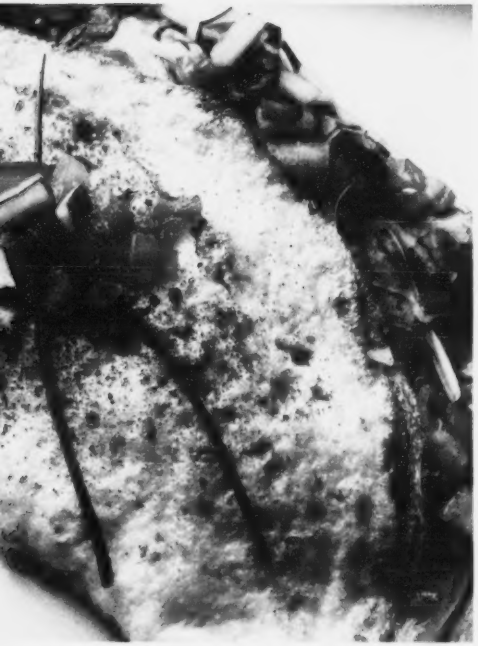
Communications

In 2011, the Council put considerable effort into improving its communication function and outreach capacity, especially to raise awareness on Promotion-Research Agencies. The upcoming 40th Anniversary is leading the Council to reflect on its communication approaches and will provide a good opportunity to adapt and modernize its products and tools in order to better suit its 2012-2015 Strategic Priorities. Various communications initiatives have been developed for implementation in 2012. Some of these initiatives include revamping the FPCC's corporate identity, adapting communication products to targeted and segmented audiences and other related communication strategies supporting the communications framework.

In 2011, six issues of the FOCUS newsletter were produced and distributed. FOCUS updates our partners on Council's decisions, the FPCC's business, news, announcements and publications by other organizations including federal departments. In addition, a new section on APMA was added to provide updated information. This publication is sent out via e-mail and posted on the FPCC's Web site. In addition, the FPCC's Web site has been updated with useful information, facts and links promoting and providing details on establishing a PRA. Accessibility has also been upgraded as per Treasury Board Secretariat (TBS) standards and requirements.

This year marked the 10th edition of the *Canada's Poultry and Egg Industry* handbook and new information on pricing was added. As well, with a view to highlighting the upcoming 40th Anniversary of the *Farm Products Agency Act* (FPAA), a section comparing key indicators between supply managed and non-supply managed sectors was incorporated. This handbook provides data and analysis to all Canadians interested in these industries and clearly illustrates how the poultry and egg industries contribute economically to each region. Again, it was prepared in collaboration with Agriculture and Agri-Food Canada, other government departments, the four national feather agencies and industry associations.

Egg industry



Overview for 2011

During the year, production volumes expanded by approximately 2.1 % over 2010 levels to reach 562 million dozen eggs, mainly as a result of the placing into production of more of the layers from the increased quota allocation of 2010. The volume of surplus eggs continued to rise, which contributed to more Canadian eggs being processed by industry.

Egg sales at retail increased following a year of slower sales in 2010. Nielsen data indicates that the growth in consumer purchases of table eggs improved by 1.7% over 2010 levels. This included 8% sales growth of Omega-3 eggs at the national level.

Following the significant reduction in imports of table eggs and eggs for processing during 2010, egg imports increased in 2011 to meet seasonal demands for table eggs and the processing industry. DFAIT's Export and Import Controls Bureau data show that total (global plus supplementary) table egg imports reached 13.4 million dozen, which is 15% higher than in 2010, but similar to 2009 levels. Imports of eggs for processing fell by 29% to 9.4 million dozen during 2011, to around half of the volumes imported in 2009.

The number of egg farmers increased for the second year in a row (1,056 in 2011 from a low of 1,015 in 2009), mainly as a result of new entrants programs operated by several provincial egg boards.

Egg Farmers of Canada (EFC)

During 2011, EFC maintained the same federal quota allocation as 2010 (prorated for 53 production weeks) for a total of 591 million dozen eggs, as additional birds associated with the increases in the 2009 and 2010 quota allocations were still being placed into production during 2011. The quota for vaccine eggs (which are used in the production of vaccines) was also maintained at the 2010 level.

This year, Council approved EFC's request for a levy increase of 2.75 cents per dozen to cover the Agency's administrative costs as well as the anticipated losses resulting from the forecasted price for eggs for processing and the higher purchase price for surplus eggs. EFC aims to keep the balance of the Pooled Income Fund (PIF), used to manage its surplus eggs Industrial Product Program, within its trigger points of 20 and 40 million dollars during the year.

The new Cost of Production (COP) formula, based on the survey of egg farmers' costs carried out during 2010, was implemented in January 2011 together with methodology for updating the COP every four weeks.

The COP is used as a basis for setting producer prices in each province to ensure that farmers receive a reasonable return. During 2011, the COP increased by 12% as feed costs moved up dramatically during the year, while retail prices for eggs also rose across the country.

During 2011, EFC and egg processors continued to work together to reach an agreement on a new contract to cover the pricing and conditions for eggs sold to the growing processing industry markets. A pricing policy was approved by the EFC Board in July for implementation in October 2011. As a result, the processors, represented by the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC), filed an official complaint with Council in August. In September, following its Complaint Guidelines, Council began the first phase of its process by holding informal meetings with both parties to find a solution and this process is still underway. This issue needs to be resolved as the price paid by processors for surplus eggs is a component of the viability of EFC's Industrial Product Program.

During 2011, EFC established its own *Salmonella enteritidis* insurance program which will cover the entire industry from breeders to layers across the country. The Agency also completed egg traceability trials and developed standards, which will be presented for approval by the Board early in 2012. The project will then move to the implementation phase so that eggs can be traced from farm to table.

EFC continued to build its support for research at the university level in 2011 by sponsoring its second EFC Research Chair, in this instance in Animal Welfare at the University of Guelph.

Outlook for 2012

EFC's December 2011 requests to Council for a quota and levy increase were not approved, as Council decided these were not necessary for implementing the Agency's marketing plan. Council was of the view that it was premature to approve a new quota increase at this time, given that the 2010 quota increase has not yet been fully implemented and that any further increase would place additional pressure on the Industrial Product Program with almost half of the additional production being declared to industrial uses.

Council continues to have serious concerns regarding the continuing increasing cost of the current Industrial Product Program which have been expressed to EFC for many years. Council maintains that reliance on further increases to the levy cannot be the only basis for sustaining the Industrial Product Program and ensuring an adequate supply of Canadian eggs to the processing market. Council believes that any further increase in the levy will impact the viability and the financial sustainability of the egg system, as well as consumer prices for eggs which have already risen markedly in 2011.

EFC subsequently proposed for 2012 the same quota allocation level as for 2011, but adjusted to 52 weeks of production, rather than 53 weeks as in 2011.

Little growth is expected in the table market during 2012: at 1.5%, the Agency's target for growth for 2012 is the same as for 2011 and just ahead of population growth. EFC will continue to invest substantial funds in its promotion and advertising activities to achieve this target. Although EFC predicts similar growth of 1.5% in eggs supplied to processors, this is likely to be surpassed as in previous years (2011 volumes were 7.7% ahead of 2010). A study of the food service market in Canada in 2011, commissioned by EFC, forecasted growth of around 4% in all value-added egg products used by this sector over the 2010-2013 period. This study suggests continued growth in demand for eggs for processing, which is in line with current trends that show much faster growth in consumption of processed egg products than of table eggs (see graph on next page).

EFC forecasts that US breaking stock prices and Canadian producer prices will move higher in 2012. The US reference prices, on which the Canadian weekly breaker egg price is based, are subject to fluctuation due to supply and demand conditions. The higher producer price is based on the updating formula used for establishing the Cost of Production, which is expected to continue increasing in 2012 but at a slower rate, if feed prices stabilize. These conditions will continue to put financial pressure on the Industrial Product Program to manage the projected egg surplus.

Challenges and Opportunities

The current model for managing the Industrial Product Program for eggs has been stretched to the limit, while the demand for processed egg products is expected to continue to increase in the future. In this context, in addition to capturing higher revenue from industrial eggs and managing the Industrial Product Program differently, EFC must identify alternative approaches to supply the growing egg processing market at a competitive price as per the objects of the Agency. In this regard, Council has asked EFC to explore producer and processor cost-shared programs, for example, approaches such as the pooling and class systems and their applicability to the egg industry.

During 2011, EFC implemented a new COP which is updated every four weeks for provinces as a basis for pricing of eggs. The COP is a key component for supply management including the egg system, as it affects pricing, consumption, farm incomes and quota value (economic rent). EFC progress to improve its methodology has to be recognized and efforts should continue to further develop or refine the return of investment methodology in order to make COP results more easily understandable and defensible.

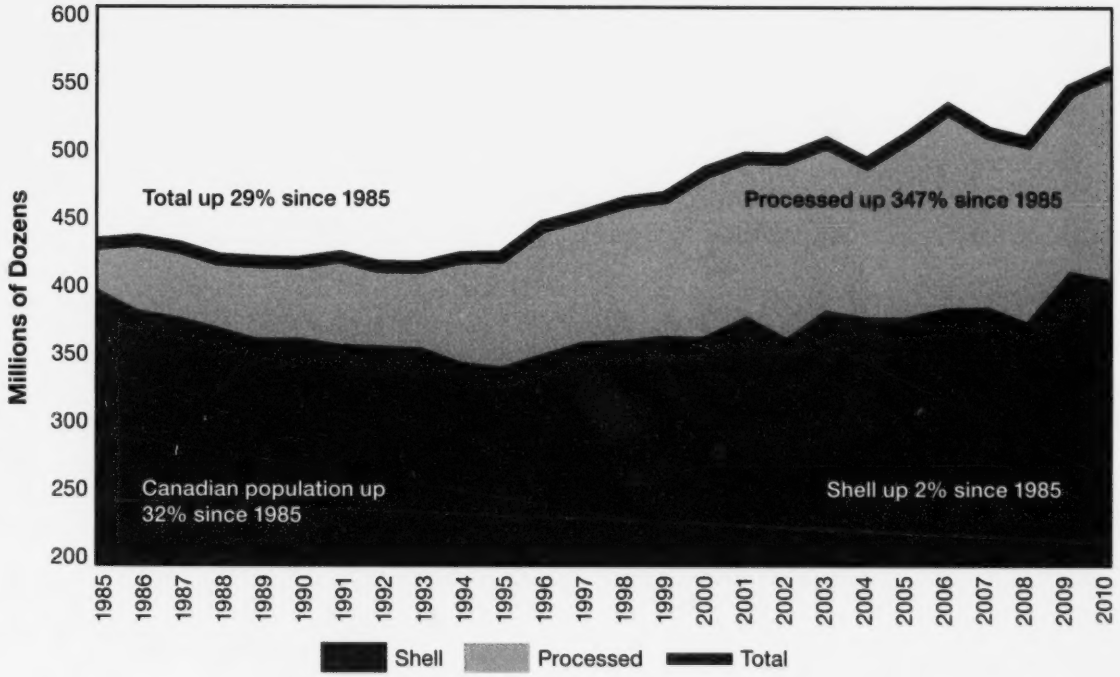
As pricing mechanisms are an important pillar of supply management, Council is committed to exploring options to build a solid foundation for a transparent and defendable COP that could withstand public scrutiny. To that end, both EFC and Council staff should further explore best practices and prepare recommendations to be included in the COP methodology for 2014-2015.

EFC completed its work with industry stakeholders in 2011 on the development of the voluntary egg industry traceability standard. The challenge going forward will be to implement this across the industry.

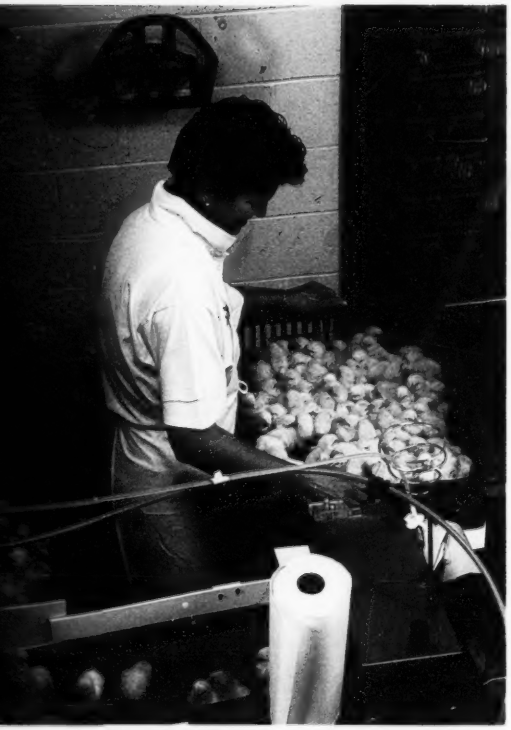
Pressure from animal welfare activists and consumers on changing the types and sizes of cages for layers is another challenge faced by EFC.

In its new Strategic Plan for 2012-15, EFC proposes to work on a number of these areas. The challenge for EFC lies in being able to engage with all relevant stakeholders where each has to adopt changes in order for the whole system to positively move forward.

Egg Consumption: Total, Shell and Processed (1985 - 2010)



Broiler hatching egg industry



Overview of 2011

The production of broiler hatching eggs in 2011 has been below the production volume of 2010. This is the third consecutive year in which there has been a production decrease.

In 2011, imports of broiler hatching eggs and chicks, in egg equivalents, equalled 140.4 million eggs, 0.6% below the total tariff rate quota and 9.1% below the volume imported in 2010.

The hatchability rate in 2011 remained constant at 82.0%, as seen in 2010. The meat-to-egg ratio (the number of kilograms of eviscerated chicken produced per hatching egg) has increased nationally by 0.5% to 1.2663 kg. An increase in the meat-to-egg ratio indicates that fewer hatching eggs are required to produce the same number of kilograms of chicken.

Throughout 2011, the prices for broiler hatching eggs and the prices at which hatcheries sell chicks to chicken producers have increased in response to rising input costs. The largest increase for both broiler hatching eggs and chicks was in Saskatchewan, where broiler hatching egg prices increased by 6.9 cents per broiler hatching egg and 9.5 cents per chick.

Canadian Hatching Egg Producers (CHEP)

CHEP devoted a significant amount of resources in 2011 as well as over the past few years to drafting a revised Federal Provincial Agreement (FPA) that not only responds to the current environment but also satisfies the desire of Alberta and Saskatchewan to be signatories to the FPA, as members of the Agency.

Both Alberta and Saskatchewan have signed Memorandums of Understanding with the Agency. They pay the national levy to CHEP and abide by any decisions of the CHEP Board of Directors. In return, they are a voice at the Board table providing input on all Board decisions but do not vote on issues, nor can they hold the office of Chair or Vice-Chair.

As additional discussions are required to secure a consensus from all signatory members on the renewed FPA, an expedited approach has been developed to bring these provinces into the FPA in its current form. This process as well as the necessary amendments to the Agency's Proclamation is expected to be completed during 2012.

Efforts will also continue to review and renew, more substantially, the FPA and Proclamation and all signatories will be asked to actively participate in the process in the coming months.

Outlook for 2012

Although domestic chicken production for 2012 is expected to rise by 1.0%, broiler hatching egg production may not increase at the same rate. Recent efficiency gains in the meat-to-egg ratio (the number of kilograms of eviscerated chicken produced per hatching egg) indicate that fewer hatching eggs are required to produce the same number of kilograms of chicken.

Challenges and Opportunities

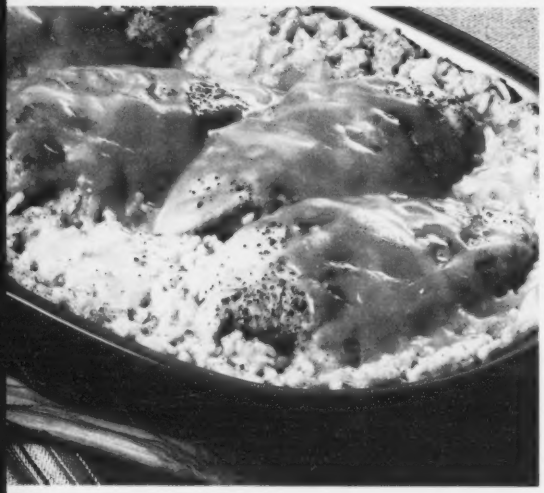
Once the provinces of Alberta and Saskatchewan become members of the Agency via the existing FPA, the Agency still needs to work on a revised FPA with the goal of modernizing the agreement to reflect current practices used by the Agency and provincial commodity boards. This revised FPA will introduce flexibility in order to allow the system to evolve and adapt more easily to market realities.

The methodology to determine the compensation that a broiler hatching egg producer would receive in the event of a disease outbreak has been under discussion between the Agency and the Canadian Food Inspection Agency for the last few years and is expected to be finalized in 2012.

Setting the correct allocation is a priority for the Agency, as underproduction may result in requests from hatcheries for supplementary imports and overproduction may result in surplus broiler hatching eggs sold to egg processors below production costs.

CHEP will be working with CFC, the Canadian Hatchery Federation, the Canadian Poultry and Egg Processor Council and the Animal Nutrition Association of Canada on an industry-endorsed antimicrobial use and control strategy by March 2012, with implementation of the strategy by the end of 2012.

Chicken industry



Overview of 2011

Total Canadian chicken production is expected to have increased by 0.1% to 1,023 million kg eviscerated in 2011. Although this increase has not kept pace with the increase in Canada's population of about 1% per year, per capita consumption is expected to increase by 1.4%. This growth in per capita consumption is explained by increased chicken imports and the drawing down of storage stocks.

Retail prices for chicken, as measured by the consumer price index (CPI), increased by 2.6% to December 2011. In the case of competing meats such as beef and pork, their CPI increased by 8.1% and 5.6% respectively. Since 2002, the CPI for chicken has increased by 40.3% to end of 2011, while beef and pork, the CPI have increased by 30.4% and 14.5% respectively.

The average Ontario live producer price rose from $1.472 per kg at the beginning of 2011 to a high of $1.69 per kg for chicken produced during the A-106 allocation period (August 14 to October 8, 2011), and then decreased to $1.635 per kg for chicken produced for the A-108 allocation period (December 4, 2011 to January 28, 2012). Feed and chick prices increase accounted for most of the live price increase throughout the year.

Throughout 2011, wholesale prices for chicken remained at levels similar to those seen in 2010. The prices for whole-birds and legs were especially strong relative to last year, whereas for wings and breast, wholesale prices fluctuated above and below the 2010 prices throughout 2011.

In 2011, imports of chicken and chicken products increased by 3.5% compared to 2010. Supplementary imports under the Import for Re-Export Program increased by 11.0 % to 81.5 million kg and under the Import to Compete Program, the increase was 34.0% to 3.4 million kg. There were no requests for supplementary imports arising from market shortages.

Chicken Farmers of Canada (CFC)

Despite significant effort on behalf of CFC's Executive Committee and staff, the Board did not reach an agreement to incorporate differential growth into CFC's allocation methodology for the purpose of growing the Canadian chicken industry profitably.

CFC's Board of Directors approved a total domestic allocation that exceeded the previous year's production for the first four allocations of 2011 by 1.7%. This is close to the 1.5% medium growth target for 2011 set by the Board during the November 2010 Agency meeting. During that same period, the live price that chicken producers received increased by almost 21 cent per kg, most of it due to increasing feed costs which raised the live chicken price by approximately 17 cents per kg. The Canadian composite wholesale price for chicken, as calculated by Express Market Inc. (EMI), decreased during this same time period by approximately 5 cents per kg. The inability of chicken processors to recover the increasing cost of chicken put a strain on the processing sector's financial results.

In response to deteriorating domestic market conditions and requests from primary and further processors, the three remaining domestic allocations for 2011 were set below 2010 production by a cumulative 3.4%, which resulted in domestic production increasing by the end of the year by 0.5%.

Outlook for 2012

The Agency expects production to grow by 1.0% in 2012, which is consistent with the expected growth in Canada's population in 2012, whereas chicken production in the United States in 2012 is expected to be 2.1% lower than in 2011 due largely to high feed costs.

Canadian processor margins are expected to be below levels seen in 2009 and 2010 and could reach the historical lows of 2008.

Challenges and Opportunities

During 2011, the Agency was faced with pressure to develop a methodology that incorporates differential growth into the allocation process. Currently, production growth is solely based on historical market shares and some provinces are no longer satisfied with this methodology. FPCC has encouraged the Agency to include differential growth in the allocation setting process and will continue to support CFC in 2012 to find a solution satisfactory to all its members. Including differential growth in their allocation process methodology could positively contribute to promoting a strong, efficient and competitive production industry as per the agency's objects under the *Farm Products Agencies Act.*

Another important file in 2011, for CFC and the chicken industry as a whole, were the issues surrounding the interprovincial movement of live chicken and the premiums paid by processors to producers in order to secure supply. Council will keep working with CFC and industry stakeholders to come up with solutions and hopefully resolve the issue in 2012.

Imports of mature chicken and spent fowl from the United States represent another challenge facing the chicken industry in 2012. The control of imports is a pillar of the Supply Management System and CFC is committed to working with the federal government and industry partners to increase the integrity of the chicken import control system.

In 2012, CFC expects to finalize and implement an industry-endorsed control strategy dealing with the issues of antimicrobial use and antimicrobial resistance (AMU/AMR) as well as its national On Farm Food Safety Program and Animal Care Program.

With the above issues facing the industry and knowing that per capita consumption has been consistently stable for the past 3 years at around 31.7 kg, 2012 is likely to be another interesting year for CFC. The Agency and industry stakeholders, with FPCC support, will have to keep working together towards resolving these issues, ensuring flexibility and innovation within the system.

Turkey industry

Overview of 2011

During 2011, Canadian turkey production increased by 0.5% compared to 2010 levels, to reach 158.8 million kilograms (Mkg) in eviscerated weight. Storage stock levels on January 1, 2012, were at record low of 10.15 Mkg, which represents a 15% drop from the beginning of 2011.

During the 2011 holiday season, retailers strongly featured whole turkey in their stores with promotional low prices to attract consumers. Even though fresh or frozen turkeys were used as "loss leaders" (sold below cost) by these stores, producer prices were higher than 2010. Although the whole bird quota allocation was maintained during the 2011-2012 control period, the further processed allocation decreased by 1.1 Mkg going from 68.9 to 66.6 Mkg.

Overall turkey imports increased by 8.9%, while the import quota utilization levels rose above pro rata for most of the year, leaving very little imports for November and December. Preliminary export volumes show a decrease of 2.3%, with the United States, South Africa and the Philippines being the main countries buying Canadian turkeys.

Turkey Farmers of Canada (TFC)

Throughout 2011, TFC has been working diligently with its members to reach an agreement to update and amend its policies and to allow coherence between the policies and the regulatory scheme. Amendments to the Export Policy have been initiated and proposals from Board members with regards to the National Commercial Allocation Policy have been submitted for consideration.

TFC is committed to continuing its efforts in 2012 and working with its board members to develop an allocation policy framework that provides flexibility for respond to market conditions.

Also in 2011, a Turkey Market Development Committee was formed with a view to exploring ways to increase turkey consumer demand, increase knowledge of markets, develop new turkey products, and encourage retailers to provide more representation of turkey and turkey products in stores.

The Promotion Agreement between TFC and its provincial commodity boards was modernized to be consistent with all existing provincial regulations. The agreement will come into effect with the 2012-2013 control period.

Furthermore, TFC has been successful in increasing its visibility for promotional purposes using the Internet and social media. These efforts are in line with a consumer survey which revealed that Canadians were lacking tools, recipes and methodologies to properly cook turkey and turkey parts. TFC's Web site has therefore been updated to incorporate the Canada Branding logos on the Home page and the On-Farm page as well as recipes and "How to" videos, all of which will hopefully help turkey farmers reach their goal of increasing turkey consumption.

The Agency also launched a consumer e-newsletter entitled "The Turkey Club," which offers recipes, kitchen safety tips and a section for children. All those venues allowed TFC to increase the traffic on its Web site, which has quadrupled since 2009 and doubled over 2010. The Agency was further proud

to report that as of November 1, 2011, there were 583 followers on Twitter and 139 fans on Facebook.

The partnership with Food Banks Canada continued with TFC's donation of $62,000, $12,000 of which came from the Turkey Farmers of Ontario, Manitoba Turkey Producers and Turkey Farmers of New Brunswick. The total amount was distributed to rural food banks across the country. The donation to Food Banks Canada was acknowledged by Minister Ritz, who encouraged Canadians to donate a turkey to their own local food bank.

TFC On-Farm Programs have reached over 50% implementation. More specifically, as of November 2011, 86.6% of registered turkey farmers have received on-farm technical assistance for the TFC On-Farm Food Safety Program (OFFSP) and 56.5% for the Flock Care Program (FCP). In total, 67.5% of all turkey growers have been certified under the OFFSP and 24% under the FCP. Furthermore, TFC OFFSP Management Manual passed the Canadian Food Inspection Agency technical review – Part II and will be made available on the members-only portal of TFC's Web site.

Outlook for 2012

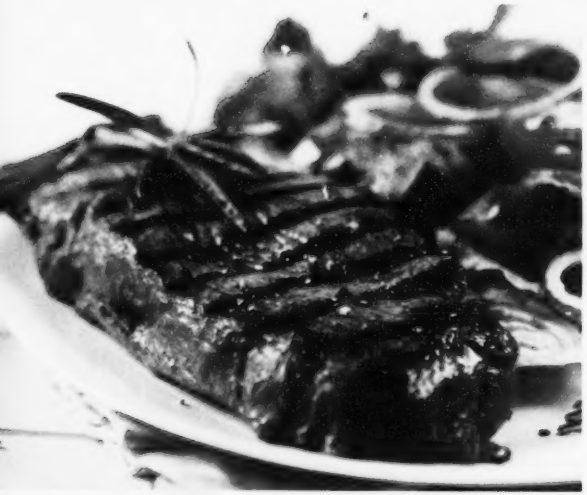
The preliminary 2012-2013 commercial allocation for whole turkeys, set in December 2011, was below the Turkey Market Advisory Committee's recommendation, as producers and processors are cautious in increasing production levels. Although the turkey industry is in a better situation than it has been in the last few years, producers will have to remain watchful of the increasing costs of production, consumption patterns and storage stocks. Furthermore, domestic disappearance volumes having decreased in 2011 compared to 2010, increased resources for research and product development for dark meat cuts could well be the way to increased consumption in the future.

Challenges and Opportunities

TFC's main challenge for 2012 will be to reach a consensus on the National Commercial Allocation Policy, including appropriate levels of storage stocks, acceptable growth rates and sustainable producer prices.

Consumption patterns for whole turkeys have remained stable in the last several years and per capita consumption reflects this phenomenon with 4.26 kg, the highest being 4.5 kg and the lowest 4.1 kg. Further processed markets have been fluctuating downwards, especially since the Listeria outbreak. TFC is faced with an opportunity to increase consumption of turkey cuts and turkey products, especially with the rising demand for dark meats.

Beef industry



Overview of 2011

AAFC has reported that domestic beef production decreased by 9.5% in 2011 over 2010 levels and imports have increased by 15.1%. Beef consumption in 2011 is expected to decline slightly from the 2010 levels of 27.7 kg per person.

There was positive news in 2011 regarding access for Canadian cattle and beef products to foreign markets. In late June, a science-based technical agreement with South Korea came into effect. The Canadian Cattlemen's Association estimates that this market could represent $30 million by 2015 for the Canadian beef industry. As well, in August, the Canada-Colombia Free Trade Agreement came into effect. This Agreement provides duty-free access for up to 5,250 tonnes per year of Canadian beef and offal.

The World Trade Organization (WTO) Dispute Settlement Panel established to determine whether the US country-of-origin labelling (COOL) law violates the WTO agreements ruled in mid-November in favour of Canada and Mexico. The ruling supports Canada's position that COOL provisions discriminate against live cattle and hogs imported into the US from Canada to the detriment of Canadian livestock producers. The United States has until early 2012 to appeal the ruling.

In a typical year, Canada exports between 1.2 million and 1.5 million head of live cattle and 310,000 tonnes of beef to the US.

Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency

In 2010, the Canada Beef Working Group was tasked to investigate and develop a new organizational structure to maximize efficiency and effectiveness for domestic and international marketing activities. The Working Group is comprised of representatives of the national Agency, the Beef Information Centre (BIC), the Canada Beef Export Federation (CBEF), the Canadian Cattlemen's Association (CCA), the Canadian Cattlemen Market Development Council, the National Cattle Feeders' Association and the Alberta Cattle Feeders' Associations.

On July 1, 2011 a new organizational structure was formed as BIC and CBEF joined the Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency and began operating as one organization – Canada Beef Inc., the new name of the Agency.

The Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency was created

under Part III of the FPAA. Since its establishment in 2003, the Agency has inquired into how best to collect the import levy on imported beef and beef products and has also begun the process of drafting the levies order that will allow them to collect levy revenue on imports. The import levy must be submitted to Council for approval.

Under the new organizational structure, funds generated from the national levy are allocated primarily to the Beef Cattle Research Council and to program and projects which were once under the purview of the BIC and CBEF. Provincial boards have the option to retain some of the levies collected to fund provincial programs.

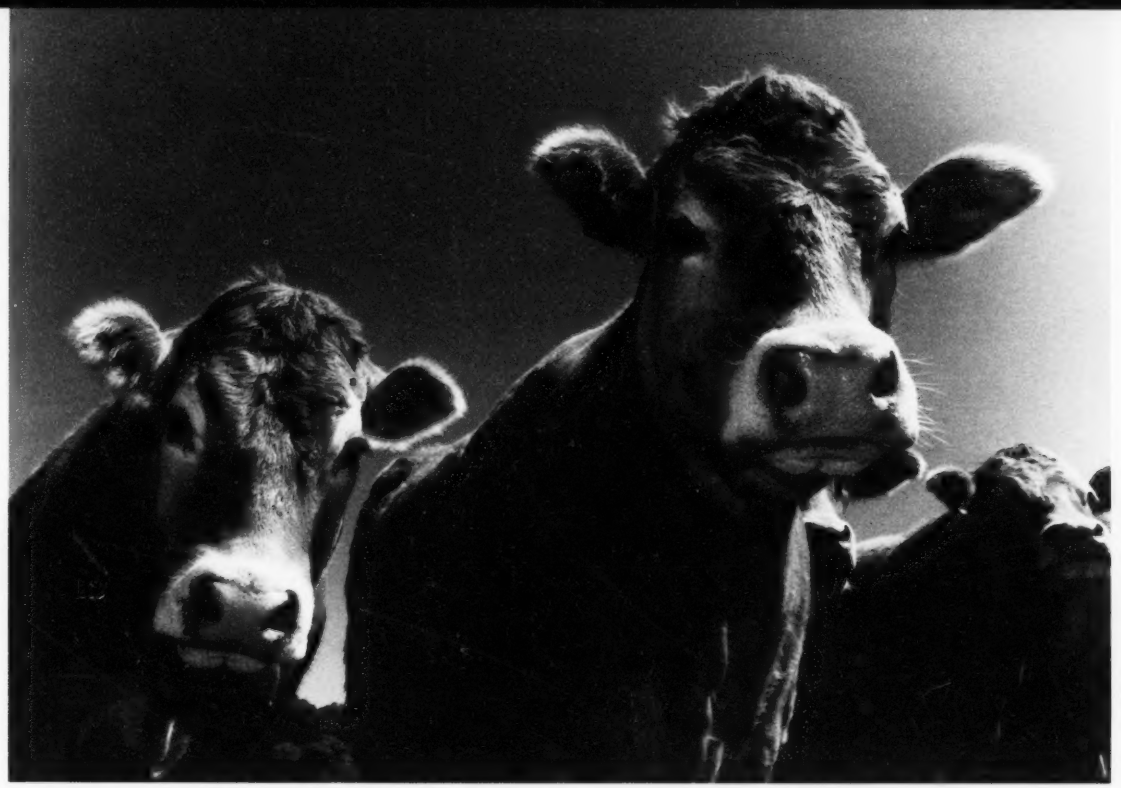
Outlook for 2012

According to AAFC, beef production is expected to increase slightly by 1% to 2% in 2012, while imports are expected to decline slightly. Inventories are expected to decrease and the prices received by producers are expected to increase. Calf and cattle prices are expected to increase above the prices seen in 2011 by 5.8% and 3.9% respectively.

AAFC is also anticipating a slight increase in beef consumption, given that Canada's economy is expected to grow slowly in 2012.

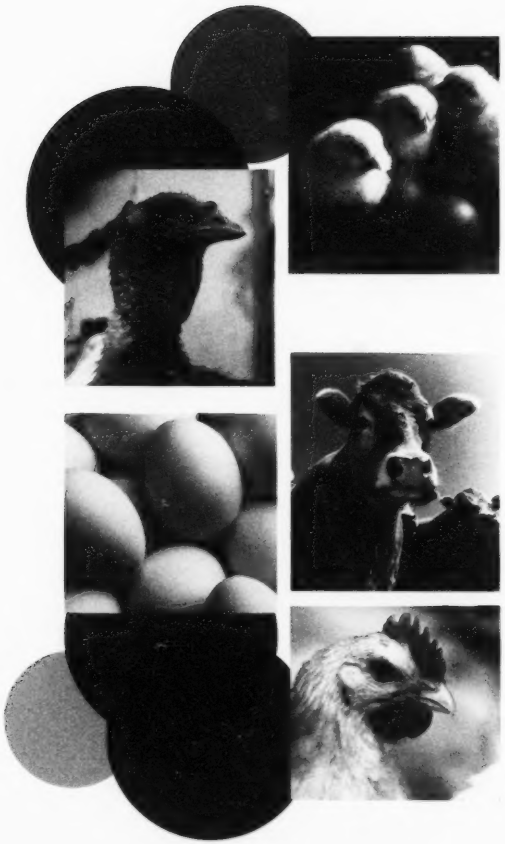
Challenges and Opportunities

Canada Beef Inc. requires amendments to be made to its *Proclamation* and its *Levies Order* to reflect the change in the name of the organization and its structure.



The Agency was initially created with the intention to finance promotion, research and market development through domestic and import levies, in order to make Canadian producers more competitive. Now that all producing provinces adhere to the national system, the Agency needs to move forward with the development and implementation of an import levies order and explore ways to collect the levies.

Mission, Mandate and Values



Mission

The FPCC's mission is to work with its partners to ensure that the supply management and promotion-research systems have the flexibility needed to respond to current and future challenges in a flexible, accountable and transparent manner.

Mandate

The Farm Products Council of Canada was established in 1972 under the *Farm Products Agencies Act (*FPAA) as a unique public interest oversight body which reports to Parliament through the Minister of Agriculture and Agri-Food Canada.

The Act provides for the creation of Marketing Agencies and Promotion-Research Agencies. There are currently four Marketing Agencies and one Promotion-Research Agency:

- Canadian Hatching Egg Producers
- Chicken Farmers of Canada
- Egg Farmers of Canada
- Turkey Farmers of Canada
- Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency

As part of its mandate, the FPCC fulfills a wide array of different roles, not only with agencies but also with other governmental bodies involved in the supply management and promotion-research systems. More specifically, the FPCC:

- works with agencies created under the FPAA to promote a more effective marketing of farm products;
- collaborates and maintains relationships with Provincial Governments and Provincial Supervisory Boards;
- reviews the operations of agencies created under the Act to ensure that they meet their objects as per sections 21 and 41of the FPAA;
- investigates and takes action into complaints;
- conducts public hearings, and
- advises the Minister on all matters related to the creation or operations of agencies.

Values

Council's operations will be framed by the following values which Council expects will be reciprocated by all our partners, as we view these as essential conditions to the success of the supply management and promotion-research systems.

Collaboration: Council is committed to working constructively with its partners in a manner that is reflective of the spirit in which the supply management and promotion-research systems were created.

Innovation: Council is committed to fostering innovative thinking so that the supply management and promotion-research systems continuously improve their efficiency and have the flexibility needed to address current and future challenges.

Fairness and Respect: Council is committed to conducting its operations in a manner which

recognizes the contribution and respective jurisdictions of all its partners within the supply management and promotion-research systems and to operating without bias or favouritism.

Transparency: Council is committed to conducting its operations in an open and transparent manner and to fostering this throughout the supply management and promotion-research systems.

Industry and Stakeholder Contacts

Egg Farmers of Canada
Phone: 613-238-2514
www.eggs.ca
Peter Clarke, Chair
Tim Lambert, Chief Executive Officer

Chicken Farmers of Canada
Phone: 613-241-2800
www.chicken.ca
David Fuller, Chair
Mike Dungate, General Manager

Turkey Farmers of Canada
Phone: 905-812-3140
www.turkeyfarmersofcanada.ca
Mark Davies, Chair
Phil Boyd, Executive Director

Canadian Hatching Egg Producers
Phone: 613-232-3023
www.chep-poic.ca
www.chep-poic.ca
Jack Greydanus, Chair
Giuseppe Caminiti, General Manager

Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency
Phone: 403-275-8558
www.nco.cattle.ca
Brad Wildeman, Chair
Rob Meijer, President

Canadian Poultry and Egg Processors Council
Phone: 613-724-6605
www.cpepc.ca
Mike Vanderpol, Chair
Robin Horel, President and Chief Executive Officer

Further Poultry Processors Association of Canada
Phone: 613-738-1175
www3.sympatico.ca/fppac
Blair Shier, Chair
Robert de Valk, General Manager

Provincial Supervisory Board Contacts

British Columbia Farm Industry Review Board
Phone: 250-356-8945
www.firb.gov.bc.ca

Alberta Agricultural Products Marketing Council
Phone: 780-427-2164
www1.agric.gov.ab.ca/$department/deptdocs.nsf/all/apmc13261

Saskatchewan Agri-Food Council
Phone: 306-787-5978
http://www.agriculture.gov.sk.ca/

Manitoba Farm Products Marketing Council
Phone: 204-945-4495
http://www.gov.mb.ca/agriculture/programs/aaa31s02.html

Ontario Farm Products Marketing Commission
Phone: 519-826-4220
www.omafra.gov.on.ca/english/farmproducts

Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec
Phone: 514-873-4024
www.rmaaq.gouv.qc.ca

Nova Scotia Natural Products Marketing Council
Phone: 902-893-6511
www.gov.ns.ca/agri/npmc

New Brunswick Farm Products Commission
Phone: 506-453-3647
www.gnb.ca/0027/Agr/0001

Newfoundland and Labrador Farm Industry Review Board
Phone: 709-729-3799
www.nr.gov.nl.ca/NR/agrifoods/ic/firb

Prince Edward Island Marketing Council
Phone: 902-569-7575
www.gov.pe.ca/af/agweb/associations

Northwest Territories Agricultural Products Marketing Council
Phone: 867-873-7383

Notes:

Gouvernement du Canada | Government of Canada

Conseil des produits agricoles du Canada

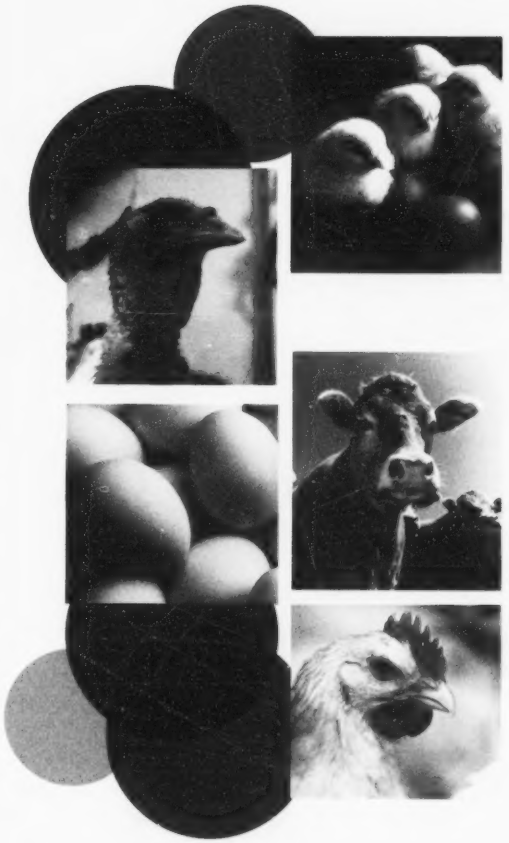
revue annuelle

Canada

Édifice Canada
344 rue Slater, 10e étage
Ottawa (Ontario) K1R 7Y3
Téléphone : 613-995-6752
Télécopieur : 613-995-2097
Téléscripteur/ATS : 613-943-3707
Site Web : www.fpcc-cpac.gc.ca
Courriel : fpcc-cpac@agr.gc.ca

© Ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux Canada, 2011
Numéro de catalogue : A99-2/2011
ISSN : 1926-2183

Table des matières
Revue annuelle 2011

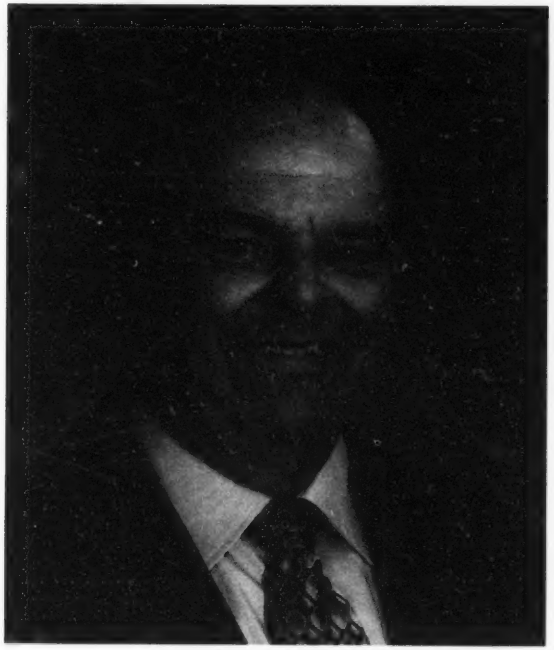


Message du président 2
Le Conseil 4
Cadre législatif 5
Membres du Conseil et personnel du CPAC 6
Revue des affaires du Conseil 8
- Réunions et conférences 8
- Planification stratégique du CPAC 8
- Plaintes 9
- Association nationale des régies agroalimentaires 9
- *Loi sur la commercialisation des produits agricoles (LCPA)* 10
- Services intégrés 10
- Initiative de promotion des OPR 11
- Communications 12

État de l'industrie : Revue des offices 13
- Industrie ovocole 13
- Industrie des œufs d'incubation 16
- Industrie du poulet 18
- Industrie du dindon 20
- Secteur du bœuf 22

Mission, mandat et valeurs 24
Industrie et intervenants – Personnes-ressources 25
Régies provinciales – Personnes-ressources 25

Message du président



Ma deuxième année à titre de président du Conseil des produits agricoles du Canada (CPAC) fut palpitante. À mon avis, nous avons accompli des progrès importants dans les priorités clés qui avaient été définies pour 2011.

Le Conseil a continué d'exercer son leadership auprès des offices nationaux et des autres intervenants. Il a contribué à l'administration de la gestion de l'offre en renforçant la gouvernance et le processus décisionnel du CPAC. De concert avec les offices nationaux, il a mis au point de nouveaux outils et peaufiné ses lignes directrices en vue d'améliorer l'efficacité et la transparence du système. Toutes nos décisions doivent être justifiées de sorte qu'elles puissent résister à un examen public ou judiciaire, et cela demeurera un impératif dans les prochaines années.

J'ai consacré beaucoup d'efforts au renforcement des communications positives en vue d'appuyer pleinement les offices nationaux et les intervenants dans les défis et les enjeux qu'ils ont à surmonter. Le CPAC a resserré ses liens avec les intervenants et a créé des occasions pour échanger des informations et améliorer la collaboration. Comme il est important d'entretenir de bonnes communications entre tous les intervenants, je continuerai de travailler à l'amélioration de nos relations. Je me suis aussi engagé à élargir l'échange d'information en vue d'assurer l'imputabilité et la transparence du système.

L'an dernier, nous avons milité en faveur de la création d'offices de promotion et de recherche (OPR). Nous avons saisi toutes les occasions pour informer et orienter les groupes de producteurs spécialisés qui souhaitaient explorer ce concept et nous avons encouragé les offices de gestion de l'offre à s'y intéresser. Les OPR, qui peuvent être créés en vertu de la *LOPA*, sont un outil important pouvant améliorer la compétitivité des groupes sectoriels et les aider à s'adapter aux besoins des consommateurs. Le CPAC continuera sur cette lancée et multipliera les activités de communication visant à promouvoir la création d'OPR.

Nous avons connu un bon départ cette année en favorisant une compréhension mutuelle de nos rôles et responsabilités respectifs, mais il reste encore beaucoup à accomplir. Dans un souci constant d'améliorer les communications et les relations, il faut nous engager à travailler ensemble de façon constructive afin de refléter l'esprit qui a inspiré la

création de la gestion de l'offre et des OPR. Je suis résolu à poursuivre ce but et j'insisterai encore davantage sur cette priorité, car le respect mutuel et la compréhension de nos rôles respectifs sont l'assise d'une saine gestion.

Il faut que les partenaires collaborent entre eux pour que les systèmes servent les intérêts de tous – des producteurs aux consommateurs. 2012 marquera le 40e anniversaire de la *Loi sur les offices des produits agricoles (LOPA)*, qui a été adoptée par le Parlement le 31 décembre 1971 et promulguée le 12 janvier 1972.

Cette loi, pierre angulaire de notre industrie, définit en grande partie le mandat du Conseil et celui des offices nationaux de commercialisation. Nous devons continuer de travailler ensemble pour nous assurer que la gestion de l'offre et les OPR aient la souplesse nécessaire pour être en mesure de surmonter les défis actuels et futurs. Les membres du Conseil et moi-même continuerons à travailler avec les partenaires pour favoriser une approche concertée et s'assurer du succès de ces systèmes!

Alors que cet anniversaire coïncide avec la mise en œuvre du nouveau plan stratégique du CPAC pour les trois prochaines années, le Conseil amorcera un exercice de réflexion à la lumière des fondements sur lesquels la gestion de l'offre a été érigée. En dépit des nombreux changements survenus ces quarante dernières années, les objectifs de la gestion de l'offre et des OPR demeurent aussi pertinents qu'ils l'étaient à leur début. Cet anniversaire constituera une excellente occasion d'améliorer ces systèmes, de renfoncer les partenariats entre les intervenants et d'assurer la prospérité des secteurs.

Nous avons élaboré le plan stratégique du CPAC pour 2012-2015 et défini les priorités des trois prochaines années en ayant à l'esprit le 40e anniversaire de la gestion de l'offre et l'intention dans laquelle elle fut crée. Je le répète, je continuerai de saisir toutes les occasions possibles pour faire comprendre aux offices nationaux de commercialisation et aux autres intervenants que la meilleure façon de renforcer la gestion de l'offre est de s'assurer qu'elle est efficace, souple, responsable et transparente, qualités susceptibles de la préserver des critiques.

Tout au long de l'année, nous célébrerons la *LOPA* en tant que loi contribuant à la réussite de nombreux secteurs agroalimentaires canadiens.

Le personnel du CPAC et les membres du Conseil demeurent engagés à travailler avec les partenaires de l'industrie et les gouvernements, dans l'espoir que cette volonté soit réciproque, car la collaboration, j'en ai la ferme conviction, est un gage de succès pour les 40 prochaines années.

Mes sincères salutations,

Le président,
Laurent Pellerin

Le Conseil

Le Conseil des produits agricoles du Canada (CPAC) a été établi en 1972 en vertu de la *Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme (LOPA)*. Cette loi encadrant la création d'offices nationaux de commercialisation a été modifiée en 1993 pour y ajouter notamment la partie III qui prévoit la création d'offices de promotion et de recherche (OPR). C'est dans ce cadre qu'un premier OPR a vu le jour en 2002, l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie (Office des bovins de boucherie).

Le CPAC travaille actuellement avec quatre offices nationaux de gestion de l'offre – les Producteurs d'œufs du Canada (POC), les Éleveurs de dindon du Canada (EDC), les Producteurs de poulet du Canada (PPC) et les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC) – et supervise leurs activités. Ces offices gèrent l'offre de poulet, de dindon, d'œufs et d'œufs d'incubation de poulet à chair, mettent en œuvre et administrent des plans de commercialisation et allouent des contingents de production aux provinces pour assurer une offre adéquate à l'échelle nationale. Ces offices se financent au moyen de prélèvements sur les ventes de produits.

Le Conseil travaille aussi avec l'Office des bovins de boucherie et supervise ses activités. Cet OPR facilite la commercialisation du bœuf au moyen de programmes de publicité, de promotion et d'information destinés aux consommateurs, ainsi que de programmes de développement de produits et de recherche sur la nutrition. Les activités de cet office sont financées au moyen de prélèvements sur les ventes de produits.

En poursuivant les objectifs de la *LOPA*, le CPAC supervise les activités des offices pour s'assurer que ces derniers servent à la fois les intérêts des producteurs, des transformateurs et des consommateurs. À cette fin, il approuve pour tous les offices, les règlements sur le contingentement, les ordonnances sur les redevances à payer et les règlements sur l'octroi de permis, et passe en revue leurs plans d'affaires, politiques et budgets annuels.

Dans le cadre de son mandat, le CPAC assume différents rôles, non seulement auprès des offices, mais aussi auprès d'autres organismes gouvernementaux concernés par la gestion de l'offre et les OPR. Notamment, il collabore et entretient des relations avec les gouvernements provinciaux et les régies agroalimentaires provinciales.

En outre, le CPAC mène des enquêtes en cas de plaintes, prend les mesures qui s'imposent et tient des audiences publiques. Il conseille aussi le ministre sur les questions en lien avec la création des offices ou les activités des offices.

Surveillance des intérêts des consommateurs

Le Conseil travaille avec tous les offices nationaux de commercialisation pour s'assurer que les consommateurs ont accès à une offre stable de produits avicoles à des prix raisonnables et à une industrie responsable et capable de s'adapter adéquatement aux défis et enjeux commerciaux

Exercice de son mandat grâce à des partenariats

Le Conseil s'emploie avec les gouvernements et les intervenants provinciaux à favoriser de meilleures relations de travail pour aider les partenaires de l'industrie à résoudre leurs problèmes communs. Il collabore aussi avec les régies agroalimentaires provinciales qui sont directement concernées par la pérennité de la gestion de l'offre.

Cadre législatif

Selon la Constitution canadienne, l'agriculture est divisée en deux domaines de compétence : le commerce interprovincial, l'importation et l'exportation relèvent du fédéral, et le commerce intraprovincial, du provincial. La figure suivante illustre la répartition des pouvoirs entre le fédéral, les provinces et les territoires.

Membres du Conseil

Les membres du CPAC sont nommés par le gouverneur en conseil et doivent représenter différentes sphères de l'industrie agroalimentaire canadienne. Au moins la moitié d'entre eux doivent être des producteurs primaires, ou devaient l'être au moment de leur nomination.

Le Conseil a connu quelques changements en 2011. D'abord, Lise Bergeron de Montréal (Québec), dont le mandat de trois ans se terminait en février 2011, nous a quittés. Son expertise et son dévouement ont été un atout précieux pour l'industrie. S'est ensuite joint Tim O'Connor d'Oshawa (Ontario) pour un mandat de quatre ans. Ce dernier mène de front une carrière fructueuse dans la production de poulet à chair et l'immobilier, tout en participant à plusieurs associations, dont le club Holstein d'Ontario County et les 4H de Durham West. Enfin, en mars 2011, le ministre Gerry Ritz a annoncé le renouvellement des mandats de Brent Montgomery à titre de vice-président pour quatre ans et de Phil Klassen à titre de membre du Conseil pour deux ans.

Personnel du CPAC

En mai 2011, Nathalie Vanasse s'est jointe au CPAC à titre de conseillère principale. Elle appuiera la création d'offices de promotion et de recherche et renforcera la capacité de communication du CPAC. Dans son parcours de carrière, elle a travaillé à Agriculture et Agroalimentaire Canada, à Travaux publics et Services gouvernementaux Canada et à Environnement Canada. De surcroît, Mike Iwaskow occupe maintenant en permanence un poste d'agent des statistiques au CPAC par la voie d'un détachement de Statistique Canada. Il travaille sur les publications statistiques du CPAC, dont le *Recueil de données pour l'industrie de la volaille et des œufs*, et prête son soutien aux besoins de l'équipe des Politiques et opérations de programmes.

En 2011, nous avons aussi été attristés par le décès soudain de Carola McWade, secrétaire et greffière du Conseil, et conseillère spéciale auprès du président et du directeur exécutif depuis quelques années. C'est en 1976 qu'elle a entamé sa longue carrière au Conseil national de commercialisation des produits agricoles. Avec son immense bagage de connaissances et d'expériences accumulées au cours de ses 35 années à la fonction publique, Carola manque beaucoup aux membres du Conseil et au personnel du CPAC.

Constitution canadienne
Pouvoirs fédéraux : commerce interprovincial et exportation
Pouvoirs provinciaux : commerce intraprovincial
Gouvernement fédéral
Gouvernements provinciaux
Conseil des produits agricoles du Canada
Loi sur les offices des produits agricoles
Lois provinciales sur la commercialisation
Régies agroalimentaires provinciales
Offices canadiens de commercialisation
Ententes fédérales-provinciales
Offices provinciaux de commercialisation
Ordonnances et règlements fédéraux
Ordonnances et règlements provinciaux

En décembre 2011, le Conseil était composé de :

Laurent Pellerin, président (2010–2014)

Laurent Pellerin est producteur de porcs et de céréales à Bécancour (Québec) depuis 1972. Détenteur d'un baccalauréat en gestion de groupe, il a été président de la Fédération canadienne de l'agriculture (2008-2010), président de l'Union des producteurs agricoles (1993-2007), président de la Fédération des producteurs de porcs (1985-1993) et, jusqu'à tout récemment, président d'Agricord, réseau d'associations agricoles centré sur le développement international. En 2005, il a été décoré de l'Ordre national du Québec pour sa contribution à l'agriculture.

Brent Montgomery, vice-président (2007–2015)

Brent Montgomery exploite une ferme de dindons en partenariat avec son frère à SaintGabrielde-Valcartier, au Québec. Il a occupé plusieurs postes associés au secteur agricole, notamment celui de président de l'Office canadien de commercialisation du dindon de 2003 à 2007. Il est copropriétaire d'un couvoir de dindons à Loretteville (Québec). Ancien enseignant et directeur d'école, M. Montgomery est également maire de sa municipalité depuis 1988.

Ed de Jong, membre (2010–2013)

Ed de Jong est producteur de poulettes reproductrices de type à chair et exploite une ferme laitière à Abbotsford (Colombie-Britannique). M. de Jong a occupé de nombreux postes associés au secteur agricole, il a notamment été délégué à la B.C. Federation of Agriculture, administrateur de l'Association canadienne des producteurs d'œufs d'incubation et président de l'Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair.

John Griffin, membre (2008–2012)

John Griffin est président de W.P. Griffin Inc., entreprise agricole familiale à Elmsdale (Île du Prince-Édouard). depuis 2000. Les activités de l'entreprise sont organisées en deux volets : la production agricole (pommes de terre, céréales et foin) et le conditionnement des pommes de terre. On y emballe notamment des pommes de terre destinées à la restauration, à la vente au détail et à la cuisson au barbecue et au micro-ondes. M. Griffin est également membre du conseil d'administration du Congrès mondial de la pomme de terre.

Phil Klassen, membre (2009–2013)

Phil Klassen est producteur de vache-veaux, de céréales et de foin près de Herbert (Saskatchewan). Il est en partenariat avec ses deux frères depuis 1976. Élu directeur des Dairy Farmers of Saskatchewan au cours des sept dernières années, M. Klassen a aussi été vice-président de l'organisme et a participé à de nombreux comités. Il est actif dans sa collectivité. Sa conjointe et lui sont les parents de six filles et un fils qui ont une bonne connaissance de l'agriculture.

Constitution canadienne
Pouvoirs fédéraux : commerce interprovincial et exportation
Pouvoirs provinciaux : commerce intraprovincial
Gouvernement fédéral
Gouvernements provinciaux
Conseil des produits agricoles du Canada
Loi sur les offices des produits agricoles
Loi provinciales sur la commercialisation
Régies agroalimentaires provinciales
Offices canadiens de commercialisation
Ententes fédérales-provinciales
Offices provinciaux de commercialisation
Ordonnances et règlements fédéraux
Ordonnances et règlements provinciaux

En décembre 2011, le Conseil était composé de :

Laurent Pellerin, président (2010–2014)

Laurent Pellerin est producteur de porcs et de céréales à Bécancour (Québec) depuis 1972. Détenteur d'un baccalauréat en gestion de groupe, il a été président de la Fédération canadienne de l'agriculture (2008-2010), président de l'Union des producteurs agricoles (1993-2007), président de la Fédération des producteurs de porcs (1985-1993) et, jusqu'à tout récemment, président d'Agricord, réseau d'associations agricoles centré sur le développement international. En 2005, il a été décoré de l'Ordre national du Québec pour sa contribution à l'agriculture.

Brent Montgomery, vice-président (2007–2015)

Brent Montgomery exploite une ferme de dindons en partenariat avec son frère à SaintGabrielde-Valcartier, au Québec. Il a occupé plusieurs postes associés au secteur agricole, notamment celui de président de l'Office canadien de commercialisation du dindon de 2003 à 2007. Il est copropriétaire d'un couvoir de dindons à Loretteville (Québec). Ancien enseignant et directeur d'école, M. Montgomery est également maire de sa municipalité depuis 1988.

Ed de Jong, membre (2010–2013)

Ed de Jong est producteur de poulettes reproductrices de type à chair et exploite une ferme laitière à Abbotsford (Colombie-Britannique). M. de Jong a occupé de nombreux postes associés au secteur agricole, il a notamment été délégué à la B.C. Federation of Agriculture, administrateur de l'Association canadienne des producteurs d'œufs d'incubation et président de l'Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair.

John Griffin, membre (2008–2012)

John Griffin est président de W.P. Griffin Inc., entreprise agricole familiale à Elmsdale (Île du Prince-Édouard). depuis 2000. Les activités de l'entreprise sont organisées en deux volets : la production agricole (pommes de terre, céréales et foin) et le conditionnement des pommes de terre. On y emballe notamment des pommes de terre destinées à la restauration, à la vente au détail et à la cuisson au barbecue et au micro-ondes. M. Griffin est également membre du conseil d'administration du Congrès mondial de la pomme de terre.

Phil Klassen, membre (2009–2013)

Phil Klassen est producteur de vache-veaux, de céréales et de foin près de Herbert (Saskatchewan). Il est en partenariat avec ses deux frères depuis 1976. Élu directeur des Dairy Farmers of Saskatchewan au cours des sept dernières années, M. Klassen a aussi été vice-président de l'organisme et a participé à de nombreux comités. Il est actif dans sa collectivité. Sa conjointe et lui sont les parents de six filles et un fils qui ont une bonne connaissance de l'agriculture.

Jim Châtenay, membre (2010–2012)

Jim Châtenay est un ancien éleveur de bovins maintenant à la retraite vivant à Red Deer (Alberta). Il a débuté en 1964 sur la ferme familiale située à l'ouest de Penhold (Alberta). M. Châtenay est considéré comme l'un des pionniers canadiens de l'élevage de la race charolaise. Il a été administrateur de l'association de la race charolaise de la province pendant six ans. Il a en outre acquis une vaste expérience à la Commission canadienne du blé, agissant comme administrateur élu pendant dix ans. Il a également été membre du comité consultatif de l'orge de la Fondation de recherches sur le grain de l'Ouest. M. Châtenay détient un diplôme en agriculture du Collège Olds (Alberta).

Tim O'Connor, membre (2011–2015)

Tim O'Connor a obtenu un diplôme associé en agriculture de l'Université de Guelph en 1982. M. O'Connor mène de front une carrière fructueuse dans la production de poulet à griller et l'immobilier, tout en étant membre de plusieurs associations, dont le club Holstein d'Ontario County et les 4H de Durham West. Sa famille est également très engagée dans l'agroalimentaire; son épouse, Laurel, est consultante en développement de produits alimentaires, son fils poursuit la tradition agricole familiale, son gendre exploite une ferme de cultures commerciales, alors que sa fille est enseignante.

Les employés suivants faisaient partie du CPAC en décembre 2011.

Bureau de la direction

Laurent Pellerin, président
Claude Janelle, directeur exécutif
Nathalie Vanasse, conseillère principale
Chantal Lafontaine, agente de communication
Lisette Wathier, adjointe exécutive

Politiques et opérations de programmes

Christine Kwasse, directrice
Reg Milne, conseiller principal, secteurs du poulet, des œufs d'incubation et des bovins
William Edwardson, conseiller principal, secteur des œufs
Nancy Fournier, conseillère par intérim, secteur du dindon
Hélène Devost, gestionnaire, Analyse des politiques
Marcel Huot, analyste principal des statistiques
Mike Iwaskow, agent des statistiques

Services intégrés et Affaires réglementaires

Marc Chamaillard, directeur
Pierre Bigras, gestionnaire, Affaires réglementaires
Mélanie Amyotte, agente des Affaires réglementaires par intérim
Lise Leduc, chef d'équipe, Services intégrés
Lise Turcotte, adjointe administrative
Karen Percy, agente des Affaires réglementaires (actuellement en congé de maternité)

Revue des affaires du Conseil

Réunions et conférences

En 2011, le Conseil a tenu sept réunions en personne et une téléconférence. Toutes les réunions ont eu lieu à Ottawa, sauf une, qui a eu lieu à St John's (Terre-Neuve-et-Labrador) en marge de la conférence du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) en juin. À cette occasion, les membres ont rencontré le Newfoundland Farm Industry Review Board et ont pris part à une visite sectorielle sur l'agriculture et l'agroalimentaire organisée par la régie agroalimentaire provinciale, dans le but de mieux comprendre la nature et les caractéristiques de l'industrie dans la province de Terre-Neuve-et-Labrador.

Tout au long de l'année, les membres et le personnel du CPAC ont assisté aux réunions des offices nationaux et ont fait le point sur les activités du CPAC et du Conseil. En outre, le président du CPAC a participé aux assemblées générales annuelles des offices de commercialisation provinciaux et s'est réuni avec les régies agroalimentaires provinciales pour discuter des défis et des enjeux. M. Pellerin a aussi assisté aux réunions des transformateurs primaires et secondaires et a donné une présentation aux cinq offices de gestion de l'offre de l'Ontario. De surcroît, il a participé à La Conférence de Montréal, à une conférence au Salon international de l'alimentation (SIAL) de Toronto et à l'assemblée générale annuelle de la Fédération canadienne de l'agriculture.

Dans le cadre de son objectif stratégique visant à promouvoir les offices de promotion et de recherche (OPR), le CPAC a organisé des réunions, des visites et des présentations en cours d'année pour rejoindre les organismes agricoles et les informer des avantages que comporte la création d'un OPR. Le Conseil a aussi invité les offices nationaux de commercialisation à s'intéresser à la question.

Le Conseil s'est réuni à différentes reprises avec les Éleveurs de poulettes du Canada, qui envisagent de créer un office de gestion de l'offre.

Plan stratégique du CPAC

Au printemps 2011, les membres du Conseil ont commencé à jeter les bases sur lesquelles établir les priorités et les orientations stratégiques du CPAC pour les trois prochaines années. Ils ont discuté des orientations relatives au nouveau plan stratégique du CPAC pour 2012-2015. Le processus élaboré comprend une évaluation du plan actuel et de l'atteinte des objectifs stratégiques du CPAC de la période 2009-2012, ainsi qu'un examen des défis actuels et futurs que l'industrie doit affronter.

En guise de préparation à l'exercice, le Conseil a organisé des consultations et des rencontres en personne au cours de l'été et de l'automne avec tous les intervenants. Les membres du Conseil ont rencontré les représentants des offices provinciaux de commercialisation tandis que le président a rencontré les offices nationaux ainsi que les associations et les régies agroalimentaires provinciales. Les préoccupations, suggestions et commentaires recueillis on fait l'objet d'analyses et de discussions par les membres du Conseil lors de leur séance de réflexion en novembre et de leur réunion de

décembre. Après ces discussions, une première ébauche a été rédigée et communiquée aux offices nationaux afin de solliciter d'autres commentaires et suggestions.

Une fois terminé, le plan présentera les objectifs du CPAC pour 2012-2015 et constituera la base de la planification des affaires, des activités, des évaluations et des activités de production de rapports du Conseil. Il dressera un portrait sommaire de l'environnement dans lequel évoluent le CPAC, la gestion de l'offre et les OPR. Il établira aussi les priorités du CPAC et les résultats escomptés pour les trois prochaines années.

Plaintes

En août, le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) a déposé une plainte officielle contre les Producteurs d'œufs du Canada au sujet de sa politique d'établissement des prix et des conditions associées à l'offre des surplus d'œufs issus du marché des œufs de consommation.

La nouvelle version préliminaire des Lignes directrices sur le traitement des plaintes a été testée et un mode alternatif de résolution des différends a été appliqué. Le président, au moyen de cette approche de médiation, a rencontré les deux parties et a tenu des séances de discussion informelles afin de trouver un terrain d'entente et d'aider à résoudre les problèmes. Les démarches se poursuivront en 2012.

Association nationale des régies agroalimentaires

Le CPAC fait partie de l'Association nationale des régies agroalimentaires (ANRA) qui est un comité fédéral-provincial-territorial échangeant des idées et des informations sur les problèmes communs.

L'ANRA est formée de représentants du CPAC, de la Commission canadienne du lait et des régies agroalimentaires provinciales et territoriales. Ces dernières supervisent les activités des offices de commercialisation provinciaux et territoriaux. En mars 2011, le CPAC a assumé le secrétariat de l'ANRA, offrant un soutien administratif à l'organisme. De plus, l'ANRA a accueilli le nouveau président Ron Kilmury, de la Colombie-Britannique, et la vice-présidente Liz Crouse, de la NouvelleÉcosse.

En 2011, l'ANRA a tenu deux téléconférences et deux réunions en personne, dont une à Ottawa et l'autre à l'ÎleduPrinceÉdouard. Lors de ces réunions, les membres de l'ANRA ont présenté des comptes rendus de leurs décisions et activités courantes, et ils ont continué à discuter des principes de gouvernance et du plan d'affaires de leur organisme. De plus, le CPAC a donné des présentations détaillées sur un certain nombre de sujets comme une introduction aux aspects économiques de la gestion de l'offre et aux chaînes d'approvisionnement alimentaire, et a fait le point sur le plan stratégique du CPAC et la révision de la *LCPA*.

Loi sur la commercialisation des produits agricoles

La Loi sur la commercialisation des produits agricoles (LCPA), promulguée en 1949, autorise le gouverneur en conseil à adopter des décrets pour déléguer aux régies agroalimentaires provinciales et aux offices provinciaux le pouvoir de réglementer la commercialisation des produits agricoles sur les marchés interprovinciaux et d'exportation, tout comme ils réglementent celle des marchés intraprovinciaux, ainsi que le pouvoir d'imposer et de percevoir des redevances. La *LCPA* facilite ainsi les échanges interprovinciaux et l'exportation tout en aidant les régies agroalimentaires provinciales à coordonner les activités des producteurs sous leur autorité. Le CPAC est chargé d'administrer au quotidien la *LCPA* et d'aider les offices provinciaux de commercialisation à en assurer l'application.

En 2011, le CPAC a continué de consulter activement les offices provinciaux de commercialisation, à qui on a délégué des pouvoirs en vertu de la *LCPA*, ainsi que leurs homologues des régies agroalimentaires provinciales, en vue de poursuivre les efforts de révision administrative de la *LCPA*. Le processus réglementaire d'approbation a ainsi reçu sept nouvelles demandes d'ordonnance de délégation de pouvoirs en vertu de la *LCPA*.

Pour faciliter la tâche aux offices provinciaux de commercialisation, on a élaboré un modèle d'ordonnance bilingue et standard pour la délégation de pouvoirs. Cet outil servira à faire l'ébauche de toutes les nouvelles demandes d'ordonnances de délégation de pouvoirs et de modifications d'ordonnances.

Avec l'appui soutenu des offices provinciaux de commercialisation et des régies agroalimentaires provinciales, la révision administrative de la *LCPA* en ce qui a trait aux ordonnances de délégation de pouvoirs en vigueur devrait progresser dans les prochains mois.

Services intégrés

Dans la foulée des efforts gouvernementaux visant à rationaliser et à harmoniser les activités de ses institutions tout en en améliorant la transparence et l'efficacité, le CPAC a continué de s'assurer qu'il se tenait au courant des activités et des initiatives connexes qui poursuivent cet objectif du gouvernement.

Au cours de la dernière période d'examen, le CPAC a fait la promotion active de saines pratiques de gestion et de contrôle en encourageant la production de rapports en temps opportun conformément aux exigences du Cadre de responsabilisation de gestion (CRG) et du Rapport ministériel sur l'obligation de rendre compte en dotation (RMORCD). Il a aussi travaillé de manière proactive avec divers partenaires d'affaires sur les mesures globales de réduction budgétaire du gouvernement du Canada et a participé à l'initiative de la Commission de réduction des formalités administratives fédérales. En outre, il a collaboré avec le Conseil du Trésor au développement du nouveau code de valeurs et d'éthique du CPAC et a fourni des commentaires sur celui de la fonction publique.

Le CPAC a continué de travailler en étroite collaboration avec les offices nationaux, le ministère de la Justice, le Bureau du Conseil privé et le Conseil du Trésor sur les questions de réglementation liées à la *Loi sur les offices des produits agricoles (LOPA)* et à la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles (LCPA).*

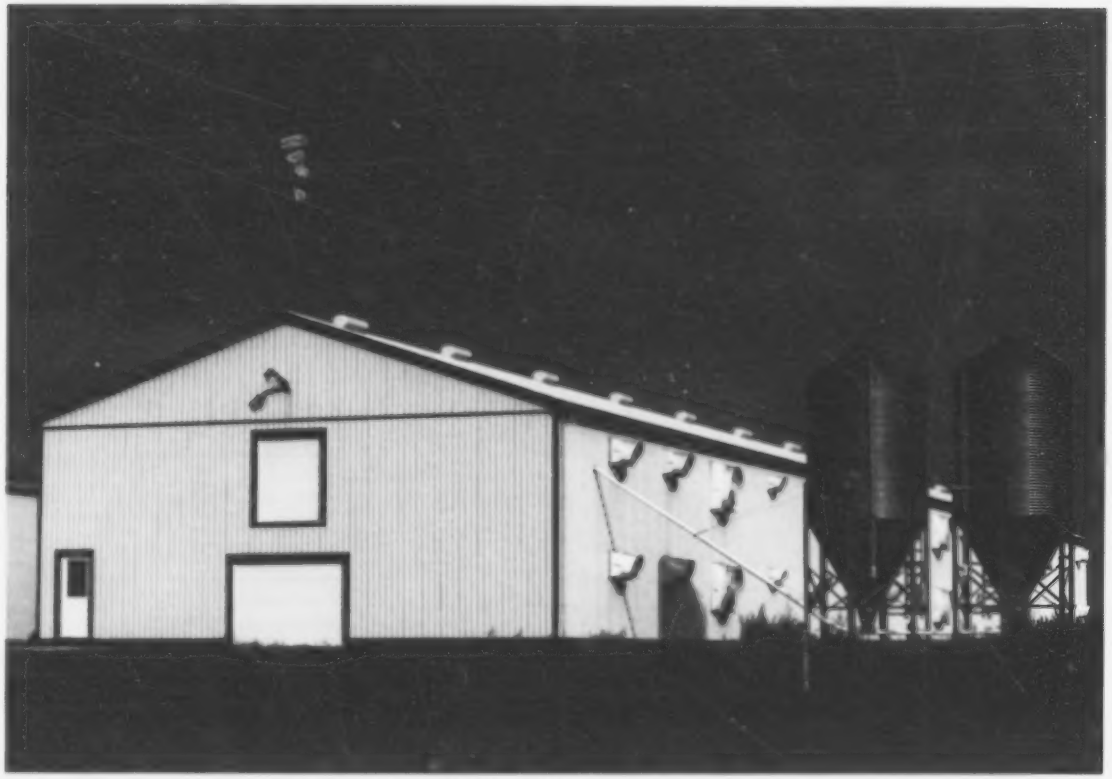
Le CPAC est demeuré un promoteur dynamique de la gestion de portefeuille au sein du ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire en maintenant d'étroites relations d'affaires avec des partenaires internes dans le cadre de diverses initiatives organisationnelles et réglementaires.

Initiative de promotion des offices de promotion et de recherche

Tout au long de l'année, le CPAC a consacré beaucoup de temps à vulgariser la partie III de la *Loi sur les offices de produits agricoles (LOPA)* qui autorise les secteurs agroalimentaires canadiens à créer des offices nationaux de promotion et de recherche (OPR).

Les OPR peuvent être avantageux pour les producteurs du secteur agroalimentaire et les aider à être plus concurrentiels. Depuis 1993, seul l'OPR du secteur bovin a été créé. Par conséquent, le Conseil a élaboré un plan qui comporte plusieurs initiatives visant à mieux faire connaître le volet de la *LOPA* sur les OPR.

Afin d'aider les groupes de producteurs intéressés à explorer le concept des OPR, le CPAC a fourni de l'information notamment aux Producteurs unis de pommes de terre du Canada, à l'Association des producteurs de fraises et framboises du Québec et au



Groupe de travail sur l'horticulture. Il a aussi orienté et appuyé les groupes qui examinent actuellement cette idée, dont la Fondation de recherches sur le grain de l'Ouest, la BC Highbush Blueberry Association et la BC Raspberry Council, le Conseil canadien du porc, les producteurs de betteraves à sucre de l'Alberta et le Conseil canadien de l'horticulture. Le CPAC a donné des présentations aux associations de producteurs et aux régies agroalimentaires provinciales, ainsi qu'aux groupes de producteurs spécialisés qui pourraient bénéficier de la création d'un OPR.

De plus, le Conseil a travaillé avec Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) pour aider les groupes de producteurs à envisager la création d'un OPR. Nous avons aussi rassemblé des informations sur les États-Unis et d'autres pays offrant un programme semblable que nous avons transmises aux groupes de l'industrie. Le CPAC a aussi encouragé les offices créés sous par la partie II de la *LOPA* à s'intéresser au concept.

Les activités de recherche et de promotion sont essentielles à l'amélioration de la compétitivité et au développement des débouchés du secteur agroalimentaire. Le Conseil continuera de promouvoir le concept des OPR au Canada au cours de la prochaine année.

Communications

En 2011, le Conseil a consacré beaucoup d'efforts pour renforcer ses fonctions de communication et de vulgarisation, notamment afin de promouvoir les OPR. À l'aube du 40e anniversaire du CPAC, le Conseil révise ses approches de communication. Ce sera pour lui l'occasion d'adapter et de moderniser ses produits et outils de communication afin de mieux les harmoniser avec les priorités stratégiques de 2012-2015. Il a élaboré diverses initiatives de communication qui seront mises en œuvre en 2012. Certaines d'entre elles consistent à redéfinir l'image de marque du CPAC, ou encore à adapter les produits de communication à des publics cibles. D'autres sont des stratégies de communication connexes qui appuient le cadre des communications.

En 2011, six numéros du bulletin FOCUS ont été publiés. Ce bulletin informe nos partenaires des décisions du Conseil, des affaires du CPAC ainsi que des nouvelles, annonces et publications d'autres organismes, dont celles des ministères fédéraux. On y a aussi ajouté une nouvelle section sur la *LCPA* pour faire état des derniers développements. La publication est envoyée par courriel et affichée sur le site web du CPAC. En outre, on a mis à jour le site web du CPAC en y affichant des renseignements utiles, des faits et des liens qui font la promotion des OPR. L'accessibilité au site a aussi été mise à niveau conformément aux normes et exigences du Secrétariat du Conseil du Trésor (SCT).

Cette année a marqué la 10e édition du *Recueil de données sur l'industrie de la volaille et des œufs au Canada*. S'y sont ajoutés de nouveaux renseignements sur la détermination des prix. De plus, afin de souligner le 40e anniversaire de la *LOPA*, on a aussi inclus une section qui compare les principaux indicateurs entre les secteurs soumis à la gestion de l'offre et ceux qui ne le sont pas. En plus de présenter des données et des analyses, le document illustre clairement l'apport économique des industries avicoles et ovocoles par région. Il est destiné à tous les Canadiens qui s'intéressent à ces industries. Il été préparé en collaboration avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, d'autres ministères, les quatre offices nationaux du secteur avicole et les associations de l'industrie.

État de l'industrie : Revue des offices

Industrie ovocole

Survol de 2011

Au cours de l'année, la production a augmenté d'environ 2,1 % par rapport à 2010 pour atteindre 562 millions de douzaines d'œufs, surtout en raison de la mise en production d'un plus grand nombre de pondeuses par suite de la hausse des contingents alloués en 2010. Le volume d'œufs excédentaires a continué de croître, de sorte qu'un plus grand volume d'œufs canadiens est dirigé vers l'industrie de la transformation.

Les ventes d'œufs au détail ont repris après le ralentissement observé en 2010. Selon les données de la firme Nielsen, les achats d'œufs de consommation ont progressé de 1,7 % par rapport à 2010, et englobent une hausse de 8 % des ventes d'œufs enrichis en oméga-3 à l'échelle nationale.

Après un recul important en 2010, les importations d'œufs de consommation et de transformation ont augmenté en 2011 pour répondre aux demandes saisonnières. Selon les données de la Direction générale des contrôles à l'exportation et à l'importation du MAECI, les importations totales d'œufs de consommation (importations globales et supplémentaires) ont atteint 13,4 millions de douzaines, soit un volume de 15 % supérieur à 2010, mais semblable à celui de 2009. Quant aux importations d'œufs de transformation, elles ont chuté de 29 % en 2011 pour atteindre 9,4 millions de douzaines, représentant environ la moitié des volumes importés en 2009.

Le nombre de producteurs d'œufs a augmenté pour une deuxième année consécutive (1 056 producteurs en 2011, contre 1 015 en 2009), principalement en raison des programmes destinés à la relève qui sont administrés par plusieurs offices provinciaux de commercialisation.

Les Producteurs d'œufs du Canada (POC)

En 2011, les POC ont maintenu l'allocation de contingent fédéral au même niveau qu'en 2010 (répartie sur 53 semaines de production), soit à 591 millions de douzaines d'œufs, car les oiseaux additionnels associés aux hausses de contingents de 2009 et de 2010 étaient encore en production en 2011. Le contingent d'œufs pour la production de vaccins est aussi demeuré au même niveau qu'en 2010.

Cette année, le CPAC a approuvé la demande des POC qui veulent augmenter les redevances de 0,0275 $ la douzaine pour éponger les frais administratifs de l'Office et les pertes anticipées découlant des prévisions du prix des œufs de transformation et du prix d'achat plus élevé des œufs excédentaires. Les POC veulent maintenir le solde du Fonds de péréquation (FP) à l'intérieur des seuils de déclenchement de 20 et 40 millions de dollars (M$) au cours de l'année. Ce fonds sert à gérer les œufs excédentaires dans le cadre du Programme des produits industriels (PPI).

La nouvelle formule de calcul des coûts de production (CdP), basée sur l'enquête des CdP auprès des

producteurs d'œufs en 2010, a été appliquée en janvier 2011, de même que la méthode de mise à jour aux quatre semaines. Les CdP servent à établir les prix à la production dans chaque province, et assurent un revenu raisonnable aux producteurs. En 2011, le CdP a grimpé de 12 % en raison de la hausse spectaculaire des coûts des aliments du bétail, tandis que les prix des œufs au détail ont aussi augmenté à l'échelle nationale.

En 2011, les POC et les transformateurs ont continué de collaborer en vue de conclure une nouvelle entente couvrant l'établissement des prix et les conditions de vente des œufs destinés à la transformation, marché en plein essor. Une politique sur l'établissement des prix a été approuvée par le conseil d'administration des POC en juillet 2011 et devait être mise en œuvre en octobre 2011. Les transformateurs, représentés par le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV), ont par la suite déposé une plainte officielle au CPAC en août. En septembre, le Conseil a appliqué la première étape de ses lignes directrices sur le traitement des plaintes en convoquant des réunions informelles avec les deux parties pour tenter de trouver une solution. Le processus suit son cours. Il faut régler ce problème, car le prix des œufs excédentaires payé par les transformateurs est un facteur déterminant de la viabilité du PPI.

En 2011, les POC ont créé leur propre programme d'assurance contre la bactérie *Salmonella enteritidis*. Le programme couvrira l'ensemble de l'industrie, des poules reproductrices aux poules pondeuses, à l'échelle nationale. L'Office a aussi réalisé des essais sur la traçabilité des œufs et a élaboré des normes qui seront présentées au CPAC à des fins d'approbation, au début de 2012. Le projet pourra ensuite être mis sur pied afin de retracer les œufs de la ferme à l'assiette.

Les POC ont continué d'appuyer la recherche universitaire en 2011 en parrainant une deuxième chaire de recherche qui se consacrera au bien-être des animaux à l'Université de Guelph.

Aperçu pour 2012

Les demandes présentées au CPAC en décembre 2011 pour augmenter le contingent et les redevances à payer aux POC ont été refusées. Le Conseil est d'avis que ces hausses ne sont pas nécessaires à la mise en œuvre du plan de commercialisation de l'Office. Selon lui, il serait prématuré d'augmenter les contingents en ce moment, car la hausse de 2010 n'est encore pleinement effective, et toute nouvelle hausse pèserait sur le PPI, car presque la moitié des œufs additionnels devrait être affectée à la transformation.

Le CPAC continue d'être grandement préoccupé par la croissance incessante des coûts du PPI en vigueur, préoccupation exprimée aux POC à maintes reprises au fil des ans. Le Conseil croit qu'on ne peut compter seulement sur les hausses de redevances pour financer le programme et assurer une offre suffisante d'œufs canadiens au marché de la transformation. Selon lui, toute nouvelle hausse des redevances se répercutera sur la pérennité et la viabilité financière de la gestion de l'offre des œufs, ainsi que sur les prix des œufs à la consommation qui se sont déjà fortement appréciés en 2011.

Les POC ont ensuite proposé de maintenir l'allocation de contingent en 2012 au même niveau qu'en 2011, mais de la répartir sur 52 semaines de production plutôt que sur 53 semaines comme l'an dernier.

Une faible croissance du marché de la consommation est anticipée en 2012. L'Office vise une augmentation de 1,5 %, comme en 2011, progression légèrement supérieure à celle de la population. Les POC continueront d'investir massivement dans leurs activités de promotion et de publicité en vue d'atteindre cet objectif. Même si les POC s'attendent à une croissance semblable du volume de l'offre des œufs de transformation (1,5 %), celle-ci devrait dépasser les prévisions comme ce fut le cas ces dernières années (hausse de 7,7 % en 2011 par rapport à 2010). Selon une étude de marché sur les services de restauration au Canada en 2011, effectuée à la demande des POC, tous les produits d'œufs à valeur ajoutée utilisés dans ce secteur devraient connaître une croissance d'environ 4 % au cours de la période 2010-2013. D'après les résultats de l'étude, la demande d'œufs de transformation est en progression constante, parallèlement aux tendances actuelles où la consommation des produits d'œufs transformés affiche une croissance beaucoup plus rapide que celle des œufs de consommation (voir le graphique sur la page suivante).

Les POC prévoient que le prix des œufs de casserie aux États-Unis et le prix à la production au Canada seront à la hausse en 2012. Les prix de référence américains, sur lesquels sont basés les prix hebdomadaires des œufs de casserie au Canada, fluctuent en fonction de l'offre et la demande. La hausse du prix à la production est issue de la formule de mise à jour du coût de production qui devrait continuer d'augmenter en 2012, mais à un rythme plus lent si les prix des

aliments du bétail se stabilisent. Ces conditions continueront d'exercer une pression financière sur le PPI qui devra gérer les surplus d'œufs projetés.

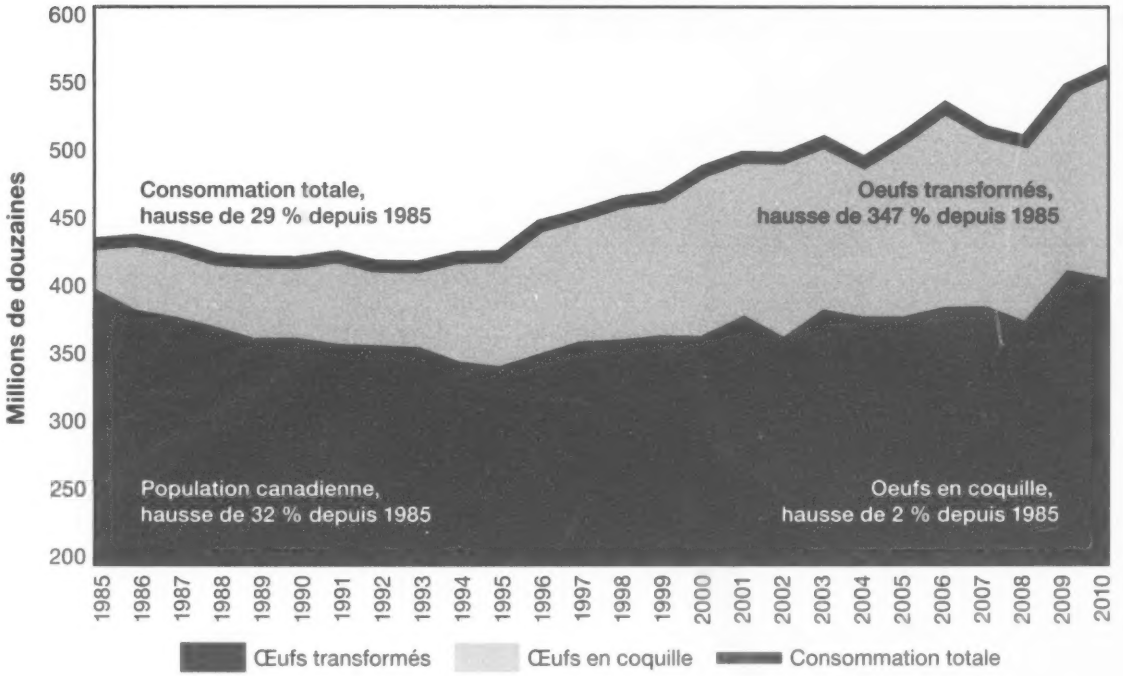
Défis et débouchés

Le modèle actuel de gestion des œufs du PPI a atteint ses limites, alors que la demande des produits d'œufs transformés devrait continuer de croître. Dans cette conjoncture, en plus de toucher des revenus plus élevés du secteur des œufs industriels et d'avoir à gérer différemment le PPI, les POC devront cerner d'autres approches pour approvisionner à un prix concurrentiel le marché en plein essor de la transformation des œufs, conformément aux objectifs de l'Office. À cet égard, le CPAC a demandé aux POC d'examiner des options de programmes à coûts partagés entre producteurs et transformateurs, comme des approches de mise en commun et des systèmes de classement, et de voir si elles seraient applicables à l'industrie ovocole.

En 2011, les POC ont introduit un nouveau coût de production (CdP) qui est mis à jour aux quatre semaines et avec lequel les prix des œufs sont établis. Le CdP est un élément clé de la gestion de l'offre, dont celle des œufs, car il influe sur les prix, la consommation, les revenus agricoles et la valeur des contingents (rente économique). Il faut reconnaître les progrès que les POC ont accomplis pour améliorer leur formule d'évaluation du CdP. Ils devront continuer de perfectionner la formule de calcul du rendement du capital investi afin de rendre les évaluations de CdP plus compréhensibles et défendables.

Comme les mécanismes d'établissement des prix constituent un pilier important de la gestion de l'offre, le CPAC s'est engagé à étudier des options pour jeter

Consommation d'œufs : totale, œufs en coquille et œufs transformés (1985 - 2010)


Millions de douzaines
600
550
500
450
400
350
300
250
200
Consommation totale, hausse de 29 % depuis 1985
Oeufs transformés, hausse de 347 % depuis 1985
Population canadienne, hausse de 32 % depuis 1985
Oeufs en coquille, hausse de 2 % depuis 1985
1985 1986 1987 1988 1989 1990 1991 1992 1993 1994 1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010
Œufs transformés
Œufs en coquille
Consommation totale

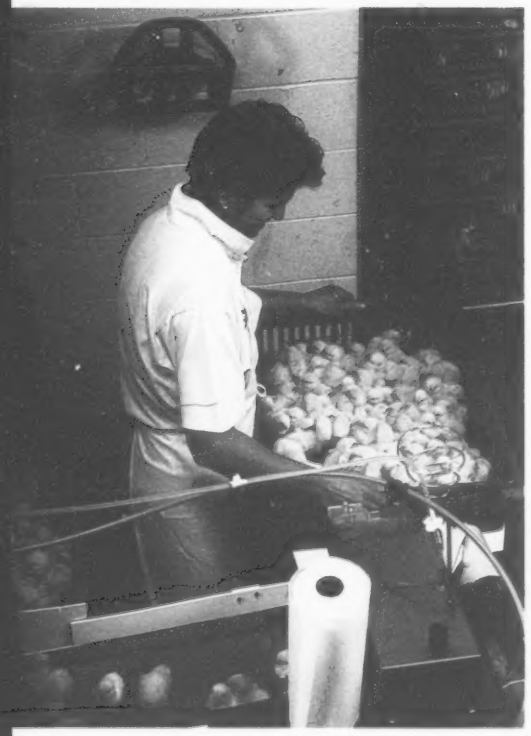
des bases solides qui permettront d'obtenir des CdP transparents et défendables, capables de résister à un examen public. À cette fin, les POC et le personnel du Conseil étudieront à fond les pratiques exemplaires et prépareront des recommandations à inclure dans la formule d'évaluation des CdP pour 2014–2015.

En 2011, les POC, avec le concours des intervenants de l'industrie, ont élaboré des normes relativement à l'établissement d'un système de traçabilité à adhésion volontaire dans l'industrie ovocole. Le défi sera ensuite d'implanter ce système à l'échelle nationale.

Les militants et les consommateurs soucieux d'accroître le bien-être animal exercent des pressions pour que soit modifiée les dimensions des cages à pondeuses. Voilà un autre défi pour les POC.

Dans leur nouveau plan stratégique 2012-1015, les POC aborderont certaines de ces questions. Le défi pour eux est de s'engager avec tous les intervenants concernés, alors que chacun d'eux doit adopter des changements pour que l'ensemble du système progresse.

Industrie des œufs d'incubation de poulet à chair



Survol de 2011

La production d'œufs d'incubation de poulet à chair en 2011 a été inférieure à celle de 2010. Il s'agit d'une baisse de la production pour une troisième année consécutive.

En 2011, les importations d'œufs d'incubation de poulet à chair et de poussins ont atteint 140,4 millions d'équivalents-œufs, soit 0,6 % en deçà du total des contingents tarifaires alloués et 9,1 % en deçà des volumes importés en 2010.

Le taux d'éclosion en 2011 est demeuré constant à 82,0 %, à l'instar de 2010. Le ratio viandeœuf (kilogrammes produits de poulet éviscéré par œuf d'incubation) a progressé de 0,5 % pour passer à 1,2663 kg à l'échelle nationale. Une augmentation de ce ratio signifie qu'il faut moins d'œufs d'incubation pour produire le même nombre de kilogrammes de poulet.

Au cours de 2011, les prix des œufs d'incubation de poulet à chair et des poussins vendus aux producteurs de poulet ont augmenté à la suite des coûts de plus en plus élevés des intrants. C'est la Saskatchewan qui a enregistré les plus fortes augmentations de prix, les œufs d'incubation de poulet à chair accusant une hausse de 0,069 $ et les poussins, de 0,095 $.

Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC)

Les POIC ont consacré beaucoup d'énergie en 2011 et ces dernières années pour rédiger une nouvelle version de l'accord fédéral-provincial (AFP) qui soit non seulement adaptée au contexte actuel, mais qui permette aussi à l'Alberta et à la Saskatchewan de devenir signataires de l'accord en tant que membres de l'Office.

L'Alberta et la Saskatchewan ont chacune signé un protocole d'entente avec l'Office. Elles payent les redevances nationales aux POIC et se soumettent à leurs décisions. En retour, elles ont une voix au conseil d'administration et peuvent commenter toutes ses décisions, mais elles n'ont pas droit de vote ni ne peuvent exercer les fonctions de président et de vice-président.

Les discussions se poursuivent pour s'assurer d'un consensus entre tous les membres signataires du nouvel AFP, et une approche accélérée a été mise au point pour permettre à ces provinces de faire partie de l'AFP actuellement en vigueur. Le processus et l'apport des modifications requises à la *Proclamation visant l'Office* devraient être terminés en 2012.

Les efforts se poursuivront pour réviser et moderniser l'accord et la *Proclamation*, et la

participation au processus de toutes les provinces signataires sera sollicitée au cours des mois à venir.

Aperçu pour 2012

La production nationale de poulet devrait connaître une croissance de 1,0 % en 2012, mais celle de la production d'œufs d'incubation de poulets à chair pourrait se faire à un rythme différent. Les récents gains d'efficacité observés dans le ratio viande-œuf (c.-à-d. le nombre de kilogrammes de poulet éviscéré produits par œuf d'incubation) indiquent qu'il faut moins d'œufs d'incubation pour produire le même nombre de kilogrammes de poulet produits.

Défis et débouchés

Une fois que l'Alberta et la Saskatchewan seront devenues signataires de l'AFP actuellement en vigueur et membres de l'Office, ce dernier devra encore s'employer à moderniser l'AFP pour l'adapter à ses pratiques actuelles ainsi qu'à celles des régies agroalimentaires provinciales. Le nouvel AFP conférera plus de souplesse au système qui pourra ainsi évoluer et s'adapter plus facilement aux conjonctures des marchés.

L'Office et l'Agence canadienne d'inspection des aliments discutent depuis quelques années de la formule à employer pour déterminer le dédommagement à accorder aux producteurs d'œufs d'incubation de poulet à chair en cas de flambée de maladie. Ces discussions devraient aboutir en 2012.

L'allocation d'un volume adéquat de contingents est une priorité pour l'Office, car une sousproduction peut inciter les couvoirs à se tourner vers les importations supplémentaires. À l'inverse, une surproduction entraînerait un surplus d'œufs d'incubation de poulet à chair qui sera vendu aux transformateurs sous le coût de production.

Les POIC travailleront, de concert avec les Producteurs de poulet du Canada (PPC), la Fédération canadienne des couvoirs, le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volaille (CCTOV) et l'Association de nutrition animale du Canada (ANAC), à élaborer d'ici mars 2012 une stratégie d'utilisation et de contrôle des agents antimicrobiens, sous l'approbation de l'industrie, dont la mise en œuvre devrait se faire d'ici la fin de 2012.

Industrie du poulet

Survol de 2011

La production totale de poulet au Canada devrait avoir augmenté de 0,1 % en 2011 pour s'élever à 1 023 millions de kilogrammes (Mkg) en poids éviscéré. Même si cette progression ne s'est pas faite au même rythme que celle de la population canadienne (près de 1 % par année), la consommation par personne devrait augmenter de 1,4 %, qui s'explique par la hausse des importations de poulet et de la baisse des stocks entreposés.

D'après les indices des prix à la consommation (IPC), les prix au détail du poulet ont augmenté de 2,6 % en décembre 2011, alors que ceux du bœuf et du porc, produits concurrents, ont augmenté respectivement de 8,1 % et de 5,6 %. De 2002 à la fin de 2011, l'IPC du poulet a grimpé de 40,3 %, contre 30,4 % et 14,5 % pour le bœuf et le porc.

Le prix vif moyen versé aux producteurs de poulet en Ontario a augmenté; il est passé de 1,472 $ le kg au début de 2011 à un pic de 1,69 $ à la période A106 (du 14 août au 8 octobre 2011) pour reculer à 1,635 $ à la période A-108 (du 4 décembre 2011 au 28 janvier 2012). Cette hausse est surtout attribuable à l'accroissement des prix des aliments du bétail et des poussins en cours d'année.

Tout au long de 2011, les prix de gros du poulet ont été comparables à ceux de 2010. Les prix de gros des oiseaux entiers et des cuisses ont été particulièrement élevés par rapport à l'an dernier, alors que ceux des ailes et des poitrines ont fluctué toute l'année de part et d'autre des prix observés en 2010.

En 2011, les importations de poulet et de produits de poulet ont progressé de 3,5 % par rapport à 2010. Les importations supplémentaires au titre du Programme d'importation aux fins de réexportation ont augmenté de 11,0 % pour s'élever à 81,5 Mkg tandis que celles au titre du Programme d'importation aux fins de concurrence ont grimpé de 34,0 % pour atteindre 3,4 Mkg. Aucune demande d'importations supplémentaires n'a été présentée pour cause de pénurie.

Les Producteurs de poulet du Canada (PPC)

Malgré les efforts considérables consentis au nom du comité exécutif et du personnel des PPC, le CPAC n'est pas parvenu à une entente pour intégrer la croissance différentielle à la méthode d'allocation des contingents des PPC afin d'accroître la rentabilité de l'industrie canadienne du poulet.

Les administrateurs des PPC ont approuvé une allocation totale de contingent à l'échelle nationale qui dépasse de 1,7 % la production de l'an dernier pour les quatre premières allocations de 2011. Cette hausse avoisine l'objectif de croissance moyenne pour 2011 de 1,5 % fixé lors de la réunion du conseil en novembre 2010. Pendant cette même période, le prix vif du poulet versé aux producteurs s'est apprécié de près de 21 %, surtout en raison des prix plus élevés des aliments du bétail qui ont exercé une pression à la hausse d'environ 0,17 $/kg sur le prix vif du poulet. Selon Express Market Inc (EMI), la moyenne composée des prix de gros du poulet au Canada a reculé d'environ 0,05 $/kg, au cours de cette même période. L'incapacité des transformateurs de poulet à récupérer le coût de plus en plus élevé du poulet grève les résultats financiers du secteur de la transformation.

En réaction à la dégradation de la conjoncture intérieure et à la demande des transformateurs

primaires et secondaires, les trois dernières allocations de contingents nationaux en 2011 ont été établies en deçà de la production de 2010 pour un cumul de 3,4 %, ce qui s'est traduit par une hausse de la production nationale de 0,5 % en fin d'année.

Aperçu pour 2012

Selon l'Office, la production devrait s'accroître de 1,0 % en 2012, parallèlement à la progression prévue de la population canadienne, alors que la production de poulet aux États-Unis devrait reculer de 2,1 % par rapport à 2011, principalement en raison du coût élevé des aliments du bétail.

Les marges des transformateurs canadiens devraient être inférieures à celles de 2009 et de 2010 et pourraient atteindre les creux historiques de 2008

Défis et débouchés

En 2011, l'Office a subi des pressions pour élaborer une méthode qui intègre la croissance différentielle au processus d'allocation de contingents. Actuellement, les décisions de hausser la production sont basées uniquement sur les historiques de parts de marché, méthode qui ne convient plus à certaines provinces. Le CPAC a encouragé les PPC à intégrer la croissance différentielle à leur processus d'allocation de contingents, et il continuera en 2012 de les soutenir dans la recherche d'une solution satisfaisante pour tous leurs membres. La prise en compte de la croissance différentielle pourrait profiter au secteur de la production et contribuer à le rendre fort, efficace et concurrentiel, conformément aux objectifs de l'Office énoncés dans la *Loi sur les offices de produits agricoles*.

Un autre dossier important pour les PPC et l'ensemble de l'industrie du poulet en 2011 est celui des déplacements interprovinciaux de poulets vivants et des primes versées aux producteurs par les transformateurs pour s'assurer d'un approvisionnement. Le CPAC continuera de travailler avec les PPC et les intervenants de l'industrie dans l'espoir de trouver des solutions au problème, et de clore le dossier en 2012.

L'importation de poulets adultes et de volailles de réforme en provenance des États-Unis sera un autre défi en 2012. Le contrôle des importations est un pilier de la gestion de l'offre au Canada, et les PPC se sont engagés à collaborer avec le gouvernement fédéral et les partenaires de l'industrie pour renforcer l'intégrité du système de contrôle des importations de poulet.

En 2012, les PPC prévoient finaliser et instaurer une stratégie de contrôle, avec l'approbation de l'industrie, pour s'attaquer aux problèmes d'utilisation d'agents antimicrobiens et de résistance à ces produits. Ils mettront également en œuvre, à l'échelle nationale, leur Programme de salubrité des aliments à la ferme et leur Programme de soins des animaux.

Compte tenu des problèmes précédents auxquels l'industrie est confrontée et de la stabilité de la consommation à près de 31,7 kg par personne depuis trois ans, l'année 2012 devrait être une autre année intéressante pour les PPC. L'Office et les intervenants de l'industrie, avec l'appui du CPAC, continueront d'unir leurs efforts pour résoudre ces problèmes, et s'assurer d'un système souple et innovateur.

Industrie du dindon

Survol de 2011

En 2011, la production canadienne de dindon a augmenté de 0,5 % comparativement à 2010, pour atteindre 158,8 millions de kilogrammes (Mkg) en poids éviscéré. Les stocks entreposés au 1er janvier 2012 ont atteint un creux historique de 10,15 Mkg, soit une baisse de 15 % depuis le début de 2011.

Pendant les fêtes de fin d'année 2011, les détaillants ont mis en vedette la dinde entière en l'offrant à bas prix pour attirer la clientèle. Bien que ces commerces aient utilisé de la dinde congelée ou en frais comme « produit d'appel » (vente à perte), les prix à la production ont été plus élevés en 2011 qu'en 2010. Tandis que les contingents alloués pour les oiseaux entiers n'ont pas varié pendant la période de contrôle 2011-2012, ceux alloués pour les produits surtransformés ont diminué de 1,1 Mkg, passant de 68,9 à 66,6 Mkg.

Les importations totales de dindon ont augmenté de 8,9 %, et le pourcentage d'utilisation des contingents d'importation a été supérieur au prorata pour une bonne partie de l'année, laissant très peu de volumes d'importations pour les mois de novembre et de décembre. Les volumes préliminaires d'exportation de dindons canadiens accusent un déclin de 2,3 %, et ce sont les États-Unis, l'Afrique du Sud et les Philippines qui sont les principaux importateurs.

Éleveurs de dindon du Canada (EDC)

Tout au long de 2011, les EDC ont travaillé diligemment avec leurs membres pour s'entendre sur la mise à jour et la modification de leurs politiques, et harmoniser ces dernières à la réglementation. Ils ont commencé à modifier la Politique sur les exportations et ont présenté, à des fins d'études, les propositions des membres du Conseil concernant la Politique nationale sur l'allocation de contingent commercial. Les EDC se sont engagés à poursuivre leurs efforts en 2012. Ils s'emploieront, de concert avec les membres de leur conseil d'administration, à élaborer un cadre stratégique souple pour l'allocation de contingent afin de pouvoir s'adapter aux conditions du marché.

Aussi en 2011, un comité chargé du développement du marché du dindon a été formé. Il a pour mandat de trouver des moyens de stimuler la demande, d'accroître leurs connaissances des marchés, de créer de nouveaux produits de dinde et d'encourager les détaillants à mettre la dinde et les produits de dinde plus en évidence dans leur commerce.

On a modernisé l'Accord de promotion entre les EDC et les offices provinciaux de commercialisation afin de l'harmoniser aux réglementations provinciales en vigueur. Le nouvel accord entrera en vigueur à la période de contrôle 2012-2013.

De surcroit, les EDC ont augmenté leur visibilité en ligne et dans les médias sociaux à des fins promotionnelles. Ces efforts ont été initiés pour tenir compte des conclusions d'un sondage effectué auprès des consommateurs qui soulignaient que les Canadiens manquaient d'outils, de recettes et de méthodes pour bien cuire la dinde et les parties de dinde. Les EDC ont aussi mis à jour leur site web en affichant le logo de l'image de marque du Canada sur la page d'accueil et la page *À la ferme*. Avec l'espoir d'encourager la consommation de dinde et ainsi atteindre leur objectif, le site propose des recettes et des idées expliquant comment préparer et servir la dinde.

L'Office a aussi lancé *Le Club du dindon*, un bulletin électronique mensuel destiné aux consommateurs. On y retrouve des recettes, des conseils en matière de salubrité des aliments dans la cuisine et une section pour les

enfants. Toutes ces initiatives, ont permis aux EDC d'augmenter les visites sur leur site web, qui ont quadruplé depuis 2009 et doublé depuis 2010. L'Office était fier de compter en date du 1er novembre 2011, 583 abonnés sur Twitter et 139 amis sur Facebook.

Les EDC ont poursuivi leur partenariat avec les banques alimentaires du Canada en leur versant 62 000 $, dont 12 000 $ provenait des Producteurs de dindons de l'Ontario, des Producteurs de dindons du Manitoba et des Producteurs de dindons du Nouveau-Brunswick. La somme a été distribuée aux banques alimentaires rurales du pays. Le don a été reconnu par le ministre Ritz, qui a invité les Canadiens à donner une dinde à leur banque alimentaire locale.

Les programmes à la ferme des EDC ont été mis en œuvre à plus de 50 %. Ainsi, en novembre 2011, 86,6 % des producteurs de dindon enregistrés avaient reçu une aide technique à la ferme dans le cadre du Programme de salubrité des aliments à la ferme (PSAF) et 56,5 %, dans le cadre du Programme de soins des troupeaux. Au total, 67,5 % des producteurs de dindon ont été certifiés en vertu du PSAF et 24 % en vertu du Programme des soins des troupeaux. En outre, la partie II du manuel de gestion du PSAF a été révisée sur le plan technique par l'Agence canadienne d'inspection des aliments. Les membres pourront le consulter sur le portail du site web des EDC.

Aperçu pour 2012

L'allocation préliminaire de contingent commercial pour les dindons entiers en 2012-2013, qui a été établie en décembre 2011, est en deçà de la recommandation formulée par le Comité consultatif de commercialisation du dindon (CCCD), car les producteurs et les transformateurs font preuve de prudence quand il s'agit

d'augmenter les volumes de production. Même si l'industrie du dindon est en meilleure posture qu'elle ne l'était au cours des dernières années, les producteurs devront continuer d'être vigilants et attentifs à la hausse des coûts de production, aux habitudes de consommation et aux volumes de stocks entreposés. De plus, la consommation apparente nationale a fléchi en 2011, et on a affecté plus de ressources à la recherche et au développement de produits pour les découpes de viande brune, car ces produits pourraient bien être la source d'une croissance future de la consommation.

Défis et débouchés

Le principal défi des EDC en 2012 sera d'arriver à un consensus sur la Politique nationale sur l'allocation de contingent commercial, notamment en ce qui a trait aux volumes adéquats de stocks à maintenir en entrepôt, aux taux acceptables de croissance et aux prix à la production viables.

Les habitudes de consommation pour les dindons entiers sont stables depuis quelques années comme en témoigne la consommation par personne à 4,26 kg (maximum de 4,5 kg et minimum de 4,1 kg). Les marchés de la transformation secondaire ont fluctué à la baisse, surtout depuis la flambée de listériose. Les EDC pourraient profiter ici d'une occasion d'augmenter la consommation des découpes de dinde et des produits de dinde, car la demande pour la viande brune est en croissance.

Industrie du bœuf

Survol de 2011

D'après les données d'AAC, la production nationale de bœuf a diminué de 9,5 % en 2011 par rapport à 2010 tandis que les importations ont augmenté de 15,1 %. En 2011, la consommation de bœuf devrait régresser légèrement alors qu'elle se situait à 27,7 kg par personne en 2010.

Les nouvelles ont été bonnes en 2011 en ce qui concerne l'accès des bovins et des produits de bœuf canadiens aux marchés étrangers. Un accord technique conclu avec la Corée du Sud, fondé sur des données scientifiques, est entré en vigueur à la fin juin. Selon la Canadian Cattlemen's Association, ce marché pourrait rapporter 30 millions de dollars à l'industrie bovine canadienne d'ici 2015. De plus, l'Accord de libre-échange CanadaColombie, entré en vigueur en août, permet au Canada d'exporter annuellement en franchise de droits jusqu'à 5 250 tonnes de bœuf et d'abats.

Le groupe spécial de l'OMC chargé de régler le différend sur la mention obligatoire du pays d'origine sur les étiquettes (COOL), à savoir si cette loi américaine contrevenait aux accords de l'OMC, a tranché en faveur du Canada et du Mexique à la mi-novembre. La décision conforte la position du Canada qui soutenait que la loi américaine était discriminatoire à l'égard des bovins et des porcs canadiens sur pied importés aux États-Unis, et défavorable pour les éleveurs canadiens. Les États-Unis ont jusqu'au début 2012 pour en appeler de la décision.

En général, le Canada exporte annuellement entre 1,2 et 1,5 million de bovins sur pied et 310 000 tonnes de bœuf aux États-Unis.

Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie

En 2010, le Groupe de travail sur l'industrie canadienne du bœuf a été mandaté pour penser et élaborer une nouvelle structure organisationnelle en vue d'améliorer l'efficacité et la rentabilité des activités de commercialisation du bœuf à l'échelle nationale et internationale. Le groupe de travail est formé de représentants de l'Office canadien, du Centre d'information sur le bœuf (CIB), de la Fédération canadienne pour l'exportation de bœuf (CBEF), de la Canadian Cattlemen's Association (CCA), du Canadian Cattlemen Market Development Council, de l'Association nationale des engraisseurs de bovins ainsi que des Alberta Cattle Feeders Associations.

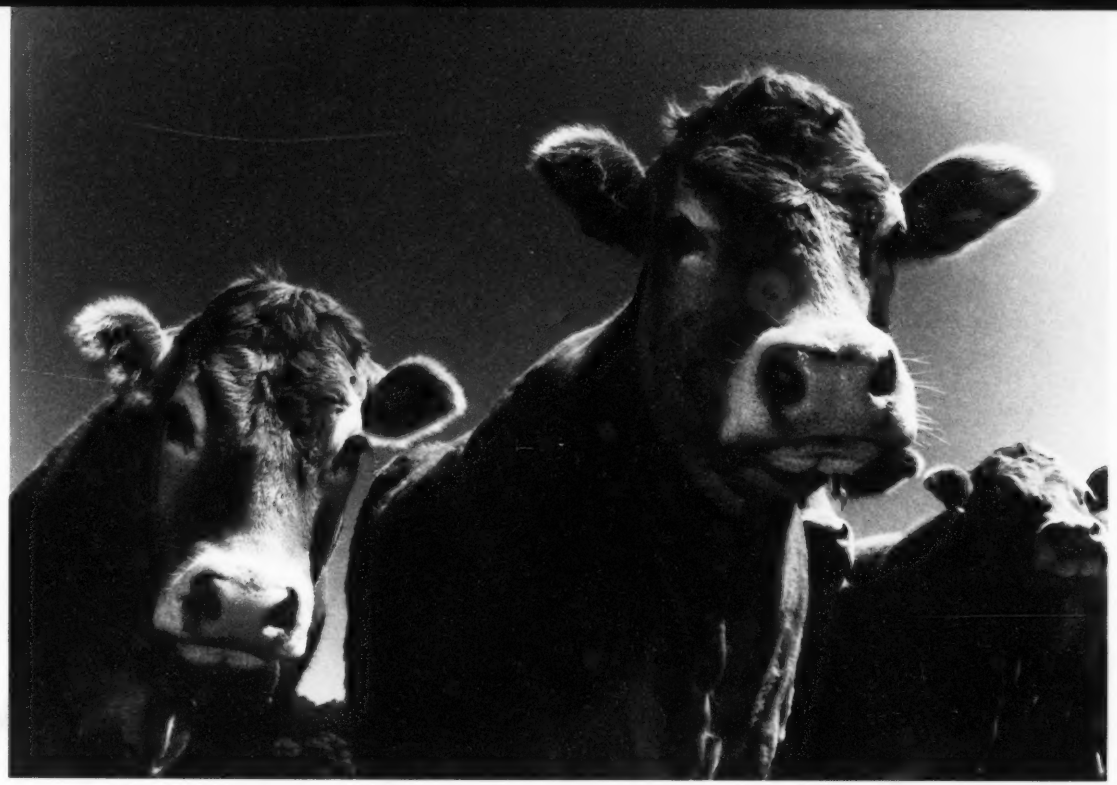
Une nouvelle structure organisationnelle a été échafaudée le 1er juillet 2011, alors que le CIB et le CBEF se sont joints à l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie. L'organisme unique a commencé à exercer ses activités, et l'office s'appellera désormais Bœuf Canada inc.

L'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie a été créé en vertu de la partie III de la *LOPA*. Depuis sa création en 2003, il est à la recherche de la meilleure façon de percevoir des redevances sur le bœuf et les produits de bœuf importés. Il a aussi commencé à faire l'ébauche d'une ordonnance qui leur permettra de percevoir des redevances sur les importations. Cette mesure devra être soumise à l'approbation du Conseil.

Sous la nouvelle structure organisationnelle, les fonds provenant des redevances perçues à l'échelle nationale sont principalement affectés au Conseil de recherche sur les bovins de boucherie ainsi qu'aux programmes et aux projets qui étaient auparavant du ressort du CIB et de la CBEF. Les offices provinciaux

Aperçu pour 2012

Selon AAC, la production de bœuf devrait connaître une faible croissance de 1 à 2 % en 2012, alors que les importations devraient décliner légèrement. Les stocks seront à la baisse et les prix à la production, à la hausse. Quant aux prix des veaux et des bovins, ils devraient dépasser les prix de 2011, de 5,8 % et de 3,9 % respectivement.



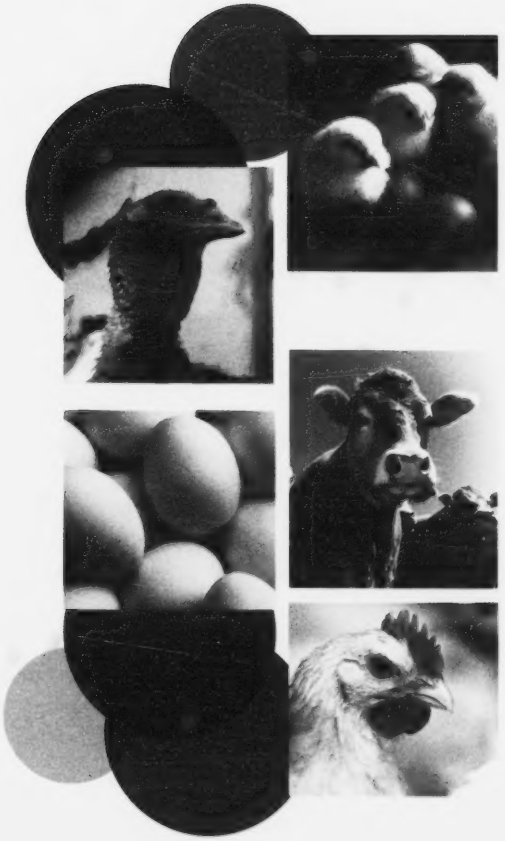
AAC prévoit aussi une légère hausse de la consommation de bœuf, compte tenu de la lente croissance anticipée de l'économie canadienne en 2012.

Défis et débouchés

Bœuf Canada inc. devra apporter des modifications à sa *Proclamation* et à son *Ordonnance sur les redevances à payer* pour tenir compte des changements de nom et de structure organisationnelle.

À l'origine, l'Office avait été créé pour financer des activités de promotion, de recherche, de développement des marchés par le biais des redevances perçues sur les ventes intérieures et les importations, en vue d'accroître la compétitivité des producteurs canadiens. Maintenant que toutes les provinces ont adhéré à l'Office national, ce dernier pourra désormais procéder à l'élaboration et à la publication d'une ordonnance de prélèvements sur les importations et évaluera les modes possibles de perception.

Mission, mandat et valeurs



Mission

La mission du CPAC est de travailler avec ses partenaires pour s'assurer que les systèmes de gestion de l'offre et de promotion-recherche ont la marge de manœuvre nécessaire pour affronter les défis actuels et futurs, d'une manière flexible, imputable et transparente.

Mandat

Le Conseil des produits agricoles du Canada a été créé en 1972 en vertu de la *Loi sur les offices des produits agricoles (LOPA)* en tant qu'organisme unique de surveillance d'intérêt public. Il relève du Parlement par l'entremise du ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire.

La Loi prévoit la création d'offices de commercialisation et d'offices de promotion et de recherche (OPR). Il existe à ce jour quatre offices de commercialisation et un OPR.

- Les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC)
- Les Producteurs de poulets du Canada (PPC)
- Les Producteurs d'œufs du Canada (POC)
- Les Éleveurs de dindon du Canada (EDC)
- L'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie

Dans le cadre de son mandat, le CPAC joue différents rôles; non seulement auprès des offices, mais aussi auprès d'autres organismes gouvernementaux concernés par la gestion de l'offre et les OPR. En particulier, le CPAC :

- travaille avec les offices créés en vertu de la *LOPA afin de promouvoir une commercialisation plus efficace des produits agricoles;*
- collabore et entretient des liens avec les gouvernements provinciaux et les régies provinciales;
- passe en revue les activités des offices créés en vertu de la Loi pour s'assurer qu'ils répondent à leur mission selon les articles 21 et 41 de la *LOPA*;
- fait des enquêtes sur les plaintes et prend les mesures nécessaires;
- mène des audiences publiques;
- conseille le ministre sur toutes les questions qui concernent la création ou les activités des offices en vertu de la *LOPA*.

Valeurs

Les activités du Conseil seront encadrées par les valeurs suivantes qui, espérons-le, seront partagées par tous nos partenaires, car nous croyons qu'elles sont essentielles au succès de la gestion de l'offre et des OPR.

Collaboration : Le Conseil s'est engagé à travailler de manière constructive avec ses partenaires de manière à refléter l'esprit dans lequel les systèmes de gestion de l'offre et les OPR ont été créés.

Innovation : Le Conseil s'est engagé à encourager la pensée innovatrice de sorte que les systèmes de gestion de l'offre et les OPR améliorent constamment leur efficacité et aient la souplesse nécessaire pour surmonter les défis actuels et futurs.

Équité et respect : Le Conseil s'est engagé à exercer ses activités en reconnaissant la contribution et les compétences respectives de tous ses partenaires des systèmes de gestion de l'offre et des OPR, de manière impartiale et sans favoritisme.

Transparence : Le Conseil s'est engagé à exercer ouvertement ses activités dans la transparence et à encourager cette valeur au sein des systèmes de gestion de l'offre et des OPR.

Personnes-ressources de l'industrie et des intervenants

Les Producteurs d'œufs du Canada (POC)
Téléphone : 613-238-2514
www.lesoeufs.ca
Peter Clarke, président
Tim Lambert, chef de la direction

Les Producteurs de poulets du Canada (PPC)
Téléphone : 613-241-2800
www.poulet.ca
David Fuller, président
Mike Dungate, directeur exécutif

Les Éleveurs de dindon du Canada (EDC)
Téléphone : 905-812-3140
www.leseleveursdedindonducanada.ca
Mark Davies, président
Phil Boyd, directeur exécutif

Les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC)
Téléphone : 613-232-3023
www.chep-poic.ca
www.chep-poic.ca
Jack Greydanus, président
Giuseppe Caminiti, directeur général

L'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie
Téléphone : 403-275-8558
www.nco.cattle.ca
Brad Wildeman, président
Rob Meijer, président

Le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles
Téléphone : 613-724-6605
www.cpepc.ca
Mike Vanderpol, président
Robin Horel, président-directeur général

L'Association canadienne des surtransformateurs de volaille
Téléphone : 613-738-1175
www3.sympatico.ca/fppac
Blair Shier, président
Robert de Valk, directeur général

Personnes-ressources des régies agroalimentaires provinciales

British Columbia Farm Industry Review Board
Téléphone : 250-356-8945
www.firb.gov.bc.ca

L'Office de commercialisation des produits agricoles de l'Alberta
Téléphone : 780-427-2164
www1.agric.gov.ab.ca/$department/deptdocs.nsf/all/apmc13261

Saskatchewan Agri-Food Council
Téléphone : 306-787-5978
http://www.agriculture.gov.sk.ca/

Le Conseil manitobain de commercialisation des produits agricoles
Téléphone : 204-945-4495
http://www.gov.mb.ca/agriculture/programs/aaa31s02.html

La Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario
Téléphone : 519-826-4220
www.omafra.gov.on.ca/english/farmproducts

Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec
Téléphone : 514-873-4024
www.rmaaq.gouv.qc.ca

Nova Scotia Natural Products Marketing Council
Téléphone : 902-893-6511
www.gov.ns.ca/agri/npmc

La Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick
Téléphone : 506-453-3647
www.gnb.ca/0027/Agr/0001

Newfoundland and Labrador Farm Industry Review Board
Téléphone : 709-729-3799
www.nr.gov.nl.ca/NR/agrifoods/ic/firb

Prince Edward Island Marketing Council
Téléphone : 902-569-7575
www.gov.pe.ca/af/agweb/associations

Le Conseil sur la commercialisation des produits agricoles des Territoires du Nord-Ouest
Téléphone : 867-873-7383

Notes:

Notes: